



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL**

**TRABAJO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN AL TÍTULO DE:**

**Ingeniero en Gestión Empresarial con Mención en  
Marketing y Ventas**

**TEMA:**

**“PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA  
TEMÁTICA “COFFEE PLAY TABLE” EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO”**

**AUTORA:**

**TATIANA SALOMÉ CORDERO MÁRQUEZ**

**NOVIEMBRE-2015**

**GUAYAQUIL-ECUADOR**



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL**

**TRABAJO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN AL TÍTULO DE:**

**Ingeniero en Gestión Empresarial con Mención en Marketing y Ventas**

**TEMA:**

**“PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA  
TEMÁTICA “COFFEE PLAY TABLE” EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO”**

**AUTORA:**

**TATIANA SALOMÉ CORDERO MÁRQUEZ**

**NOVIEMBRE-2015**

**GUAYAQUIL-ECUADOR**

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD:**

**Yo, TATIANA SALOMÉ CORDERO MÁRQUEZ**

### **DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación: **“PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERÍA TEMÁTICA “COFFEE PLAY TABLE” EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO”**, previo a la obtención del Título de Ingeniería en Gestión Empresarial con Mención en Marketing y Ventas, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

EL AUTOR

---

TATIANA SALOMÉ CORDERO MÁRQUEZ

C.I. 1716893530

Guayaquil, noviembre del 2015

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

**AGRADECIMIENTO:**

El ser humano tiene muchas virtudes y una de ellas es agradecer por cada una de las vivencias, en mí caso debo hacerlo con:

La Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil en cuyas aulas recibí el aprendizaje que me permite terminar mis estudios superiores

A mis queridos Docentes, quienes me transmitieron las bases del conocimiento en la carrera de Ingeniería en Marketing.

A mis compañeros de estudio por todos los momentos que vivimos en el proceso de profesionalización.

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

**DEDICATORIA:**

Este trabajo que demuestra mi esmero y sacrificio, para llegar a la culminación de mi Carrera como Ingeniera en Marketing y Ventas, la dedico a mi querida familia, en especial a mi madre, ellos son quienes de una u otra forma me han brindado la ayuda y el apoyo constante en cada una de las jornadas; a mis maestros, que día a día nutrieron mis conocimientos para ser una mujer digna y honrada con Amor y gratitud.

**A ellos con amor.**

## INDÍCE GENERAL

<b>RESUMEN.....</b>	<b>1</b>
<b>ABSTRAC.....</b>	<b>2</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>3</b>
<b>Planteamiento del problema.....</b>	<b>4</b>
<b>Formulación del problema.....</b>	<b>5</b>
<b>Objetivos de la investigación.....</b>	<b>5</b>
<b>Objetivo General.....</b>	<b>5</b>
<b>Objetivos Específicos.....</b>	<b>5</b>
<b>Preguntas de Investigación.....</b>	<b>6</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>7</b>
<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>7</b>
<b>1.1 Conceptualizaciones de la Administración.....</b>	<b>7</b>
<b>1.1.1 Empresario en el entorno internacional y sus definiciones.....</b>	<b>7</b>
<b>1.1.2 Emprendimiento.....</b>	<b>8</b>
<b>1.1.3 El emprendimiento y su relación con las Pequeñas y medianas empresas (PYMES) en el Ecuador.....</b>	<b>9</b>
<b>1.2 Conceptualizaciones de marketing y ventas.....</b>	<b>9</b>

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

1.2.1 Marketing Estratégico.....	10
1.2.2 Plan de Marketing.....	10
1.2.3 Consumidores.....	11
1.2.4 Servicio al cliente relacionado con el proyecto de emprendimiento.....	11
1.3 Las cafeterías en el mundo.....	12
1.3.1 Experiencias de las cafeterías en el Ecuador.....	12
1.3.2 Portoviejo y sus experiencias con el café.....	12
1.4 Las cafeterías con juegos de mesa.....	13
1.4.1 El Ecuador y su relación con los juegos de mesa.....	13
1.4.2 Portoviejo y los juegos de mesa.....	13
1.4.3 El plan de negocio en un emprendimiento.....	14
CAPITULO II.....	15
ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
2.1 Enfoque de la investigación.....	15
2.1.1 Diseño de la investigación.....	15
2.1.2 Tipos de investigación.....	16
2.1.3 Métodos empíricos de la investigación.....	16
2.1.4 Métodos teóricos de la investigación.....	17
2.1.5 Técnicas de la investigación.....	17

2.1.6 Instrumentos utilizados para la recogida de información aplicados.....	17
2.1.7 Población.....	18
2.1.8 Muestra.....	18
Cálculo del tamaño de muestra.....	18
Medición de interés.....	19
2.1.8 Criterios de selección.....	19
CAPÍTULO III.....	20
Análisis de los Resultados.....	20
Análisis cuantitativo de la encuesta.....	20
Análisis e Interpretación de datos.....	20
Análisis e Interpretación de datos.....	21
Análisis e Interpretación de datos.....	22
Análisis e Interpretación de datos.....	23
Análisis e Interpretación de datos.....	24
Análisis e Interpretación de datos.....	25
Análisis e Interpretación de datos.....	27
Análisis e Interpretación de datos.....	28
Análisis e Interpretación de datos.....	29
Análisis e Interpretación de datos.....	30



<b>Análisis e Interpretación de datos.....</b>	<b>31</b>
<b>Análisis e Interpretación.....</b>	<b>32</b>
<b>Conclusión de la Investigación.....</b>	<b>33</b>
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>34</b>
<b>Propuesta.....</b>	<b>34</b>
<b>4.1 Título Plan de Marketing.....</b>	<b>34</b>
<b>4.2 Antecedentes.....</b>	<b>34</b>
<b>4.3 Resumen ejecutivo.....</b>	<b>34</b>
<b>4.4 Abstrac.....</b>	<b>35</b>
<b>4.5 Misión.....</b>	<b>35</b>
<b>4.6 Visión.....</b>	<b>36</b>
<b>4.7 Valores Corporativos.....</b>	<b>36</b>
<b>Excelencia en la calidad de atención y productos.....</b>	<b>36</b>
<b>Privilegiar al cliente.....</b>	<b>37</b>
<b>Confianza.....</b>	<b>37</b>
<b>Respeto.....</b>	<b>37</b>
<b>Trabajo en equipo.....</b>	<b>37</b>
<b>Buenas relaciones.....</b>	<b>37</b>
<b>Compromiso con el medio ambiente.....</b>	<b>37</b>

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

4.8 Cultura Empresarial.....	37
4.9 Unidades Estratégicas de Negocio. (UEN).....	37
4.10 Factores claves del éxito.....	38
4.11 Objetivos General.....	39
4.12 Objetivos Específicos.....	39
4.13 Análisis Interno: Micro Entorno.....	39
4.13.1 Ubicación.....	39
4.13.2 Servicios.....	39
4.13.3 Clientes.....	40
4.13.4 Competencia.....	40
<b>ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA (sólo cafeterías).....</b>	<b>40</b>
4.14 Análisis Externo: Macro entorno.....	41
4.14.1 Análisis Macro Entorno PEST.....	41
4.14.1.1 Análisis Político.....	41
4.14.1.2 Análisis Económico.....	42
4.14.1.3 Análisis Social.....	42
4.14.1.4 Análisis Tecnológico.....	42
4.14.1.5 Análisis Legal.....	43
4.15 Análisis de la Situación.....	48

4.15.1 Las 5 fuerzas de Porter: Competencia Directa e Indirecta.....	49
4.15.2 Rivalidad entre competidores.....	49
4.15.3 Servicios sustitutos.....	50
4.15.4 Poder de negociación de los proveedores.....	50
4.15.5 Poder de negociación de los compradores.....	50
4.15.6 Amenaza de nuevos competidores.....	50
4.16 Análisis FODA cuantitativo y cualitativo.....	51
4.16.5 Matriz de Aprovechabilidad.....	52
4.16.6 Matriz de Vulnerabilidad.....	53
4.16.7 Estrategias y Tácticas del Plan de Marketing Estratégico.....	53
4.17 Matriz Boston Consulting Group (BCG).....	54
4.17.1 Estrella.....	55
4.17.2 Vaca .....	55
4.17.3 Perro .....	56
4.17.4 Interrogante.....	56
<b>ANÁLISIS DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN.....</b>	<b>56</b>
4.18.1 Características del Mercado.....	56
4.18.2 Estructura de Mercado.....	56
4.18.3 Mercado Objetivo.....	57

<b>4.18.4 Análisis de la demanda: Encuestas y Cuadros estadísticos.....</b>	<b>57</b>
<b>4.18.5 Estrategias de Precio.....</b>	<b>60</b>
<b>4.18.6 Producto.....</b>	<b>60</b>
<b>4.18.6.1 Logotipo.....</b>	<b>60</b>
<b>4.18.6.2 Slogan.....</b>	<b>60</b>
<b>4.18.6.3 Descripción de servicio.....</b>	<b>61</b>
<b>4.18.6.4 Objetivo General.....</b>	<b>61</b>
<b>4.18.6.5 Objetivos Específicos.....</b>	<b>61</b>
<b>4.18.6.6 Marketing Mix.....</b>	<b>62</b>
<b>4.18.7 Producto.....</b>	<b>62</b>
<b>4.18.7.1 Plaza.....</b>	<b>63</b>
<b>4.18.7.2 Promoción.....</b>	<b>64</b>
<b>4.18.7.3 Precio.....</b>	<b>64</b>
<b>4.19 ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>64</b>
<b>4.19.1 Constitución del Negocio: Identificación de participación societaria.....</b>	<b>64</b>
<b>4.19.2 Identificación del Nombre y proceso de Reserva.....</b>	<b>65</b>
<b>4.19.3 Apertura de la Integración de Cuenta de Capital en una Institución Bancaria.....</b>	<b>65</b>
<b>4.19.4 Escrituras Públicas de Constitución.....</b>	<b>65</b>
<b>4.19.5 Inscripción de las Escrituras en la Superintendencia de Compañías.....</b>	<b>66</b>

4.19.2 Organigrama de la Empresa.....	66
4.19.3 Funciones.....	66
4.19.4 Cadena de Valor y Operaciones.....	67
4.19.6 Diagrama de Resultados del Servicio.....	68
4.19.5.1 Proyecto de Responsabilidad Social.....	69
4.19.5.1 Cuidado del Medio Ambiente.....	69
CAPÍTULO V.....	69
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	69
5.1 Determinación de recursos.....	69
5.2 Plan de Negocio.....	70
5.3 Estados de Resultados Projectado a 5 años (Nivel de crecimiento del Plan de negocios) 5% anual.....	73
5.4 Punto de Equilibrio (Meta de utilidad).....	73
5.5 Resultados Anuales del punto de equilibrio.....	74
Conclusiones.....	75
Recomendaciones.....	76
BIBLIOGRAFÍA.....	77
ANEXO A.....	79
ENCUESTA.....	79
ANEXO B.....	80

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

**ANEXO C.....81**

## INDÍCE DE FIGURAS

<b>Figura 1 Distribución por sexo.....</b>	<b>20</b>
<b>Figura 2 Clasificación por Edad.....</b>	<b>21</b>
<b>Figura 3 Toma Usted café?.....</b>	<b>22</b>
<b>Figura 4 Cuántas veces al día toma café?.....</b>	<b>23</b>
<b>Figura 5 Dónde consume café?.....</b>	<b>24</b>
<b>Figura 6 Le gustaría acompañar el café con?.....</b>	<b>25</b>
<b>Figura 7 Qué tipo de café prefiere?.....</b>	<b>26</b>
<b>Figura 8 En qué horario?.....</b>	<b>27</b>
<b>Figura 9 Días de la semana que prefiere tomar café fuera de casa?.....</b>	<b>28</b>
<b>Figura 10 Aparte de café que otras bebidas prefiere.....</b>	<b>29</b>
<b>Figura 11 Tipos de Juegos de mesa que prefiere?.....</b>	<b>30</b>
<b>Figura 12 Con quién va a una cafetería?.....</b>	<b>31</b>
<b>Figura 13 Le gustaría encontrar un lugar de lectura?.....</b>	<b>32</b>
<b>Figura 14 Valores corporativos.....</b>	<b>36</b>
<b>Figura 15 UEN.....</b>	<b>38</b>
<b>Figura 16 Factores claves de éxito.....</b>	<b>38</b>
<b>Figura 17 Las 5 fuerzas de Porter.....</b>	<b>49</b>

<b>Figura 18 Adaptación de la matriz BCG.....</b>	<b>55</b>
<b>Figura 19 Estructura del mercado.....</b>	<b>57</b>
<b>Figura 20 Juegos de mesa preferidos.....</b>	<b>58</b>
<b>Figura 21 Visita a las cafeterías .....</b>	<b>59</b>
<b>Figura 22 Servicio.....</b>	<b>61</b>
<b>Figura 23 Adaptación del Organigrama de la Empresa.....</b>	<b>66</b>
<b>Figura 24 Adaptación Cadena de Valor.....</b>	<b>68</b>
<b>Figura 25 Diagrama de servicio.....</b>	<b>68</b>
<b>Figura 26 Punto de Equilibrio.....</b>	<b>74</b>



## INDÍCE DE TABLAS

Tabla 1 Muestra Segmentación del mercado.....	18
Tabla 2 Clasificación por sexo.....	20
Tabla 3 Clasificación por Edad.....	21
Tabla 4 ¿Toma usted café.....	22
Tabla 5 ¿Cuántas veces al día toma café?.....	23
Tabla 6 ¿Dónde consume café?.....	24
Tabla 7 ¿Le gustaría acompañar un café con?.....	25
Tabla 8 ¿Qué tipo de café prefiere?.....	26
Tabla 9 En qué horario?.....	27
Tabla 10 ¿Días de la semana que prefiere salir a tomar café?.....	28
Tabla 11 ¿Aparte de café que otras bebidas le gustaría encontrar en una cafetería?.....	29
Tabla 12 ¿Qué tipo de juegos de mesa prefiere?.....	30
Tabla 13 ¿Con quién va a una cafetería?.....	31
Tabla 14 ¿Le gustaría encontrar un área separada para la lectura?.....	32
Tabla N 15 Competencia Comparativo.....	40
Tabla N 16 Competencia.....	41

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

<b>Tabla 17 FODA.....</b>	<b>51</b>
<b>Tabla 18 Matriz de Aprovechabilidad.....</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 19 Matriz de Vulnerabilidad.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 20 Estrategias y Tácticas del Plan de Marketing Estratégico.....</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 21 Otras alternativas de juegos de mesa preferidos.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 22 frecuencia de visita en las cafeterías.....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla 23 Capital de trabajo.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 24 Plan de Negocio.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 25 Capital de trabajo.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla Ingreso Proyectado en Ventas con y sin Promoción.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 26 Ingreso Proyectado.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 27 Resumen de gastos operativos.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 28 Estado de Resultado.....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 29 Punto de Equilibrio.....</b>	<b>74</b>

## **RESUMEN:**

El trabajo de titulación presenta la oportunidad de desarrollar un negocio que solucione el problema planteado, la falta de un lugar que satisfaga la necesidad de un grupo objetivo que busca un lugar que sirva de entretenimiento, y esparcimiento, el objetivo general es Implementar un proyecto de emprendimiento de una cafetería temática con juegos de mesa, siendo los Objetivos Específicos: Realizar un estudio de mercado a los potenciales clientes de la cafetería, Determinar un plan financiero de factibilidad del proyecto, Definir la organización con un estudio técnico y organizacional, Elaborar un plan de gestión de proyecto para la apertura de la “Cafetería Play Table”, los cuales fueron cumplidos a cabalidad. Se utilizó la metodología de investigación de campo, multimodal cualitativo -cuantitativa, no experimental, no se manipulo ninguna de las variables, transversal, todos los datos se recolectaron en un mismo tiempo, y en un mismo lugar en la ciudad de Portoviejo, la población fueron 206.672 habitantes, es la población económicamente activa, la muestra de doscientos sesenta y seis encuestados fue seleccionada mediante una formula, se aplicaron las técnicas de la encuesta y entrevistas, con los instrumentos de la guía de preguntas, y la encuesta, aplicada de forma personal, las preguntas estuvieron direccionada a las variables, plan de negocio de la cafetería, gustos, preferencias, y los juegos de mesa, permitiendo proponer el desarrollo de un Plan de Negocios Estratégico orientado a desarrollar un negocio innovador, se logró determinar las estrategias y tácticas. Constan las conclusiones y recomendaciones, se incluyó Bibliografía y Anexos.

Palabras Claves: Administración, Plan de Negocios, Cafetería, Juegos de mesa.

## **ABSTRAC**

The degree work presents the opportunity to build a business that solves the problem posed, the lack of a place that meets the need for a target group looking for a place that serves as entertainment, and recreation, the overall objective is to implement a project venture themed cafe with board games, with the Specific Objectives: Conduct market research to potential customers of the cafe, determine financial feasibility of the project plan, define the organization with technical and organizational study, develop a plan project management for the opening of the "Cafeteria Play Table", which were fully carried out. Methodology field research was used qualitative multimodal - quantitative not experimental, none of the variables are manipulated cross, all data were collected in the same time and in one place in the city of Portoviejo, the population were 206,672 inhabitants, is the economically active population, the sample of two hundred sixty-six respondents were selected using a formula, technical survey and interviews with the instruments of the guide questions, and the survey applied so applied staff, questions were addressed to the variables, business plan cafeteria, preferences, and games, allowing proposing the development of a strategic business plan aimed at developing an innovative business, be able to determine the strategies and tactics. Consist conclusions and recommendations, bibliography and appendices are included.

Keywords: Administration, Business Plan, Cafeteria, Games.

## **INTRODUCCIÓN**

El emprendimiento de proyectos innovadores son conceptos aceptados en el desarrollo de los negocios en varias ciudades del Ecuador, en la mayoría de los casos estas actividades asumen cultura tributaria (RISE) por los beneficios como acceder de créditos bancarios públicos y privados, asistir a ferias locales y nacionales, asociarse, entre otros beneficios que hacen de este proyecto un emprendimiento viable por la temática cafetería con juegos de mesa (COFFEE PLAY TABLE) ubicado en la ciudad de Portoviejo, en la Zona 4 de planificación, cuenta con ocho parroquias y de acuerdo con el (INEC, 2010) “Representa el 5.1% del territorio de la provincia de Manabí, con aproximadamente 1.0 mil km<sup>2</sup>. Los estudios permitieron conocer e identificar las diferentes preferencias, y gustos del mercado meta, la cafetería está orientada a ofrecer un servicio de excelente calidad con un ambiente diferente, instalaciones modernas, con varios tipos de café, postres y piqueo, siendo uno de los factores diferenciadores frente a otras cafeterías que existen en la ciudad.

El presente proyecto de titulación contiene:

En el Capítulo I se exponen las Bases Teóricas del contenido del proyecto; recogidos de diversos autores de libros, tesis, revistas especializadas, desarrollado de acuerdo a las normativas de la Asociación Americana de Psicología (APA), sexta edición.

En el Capítulo II, constan los aspectos metodológicos de la investigación que constó del: Enfoque, Diseño Metodológico, Tipos y Métodos de investigación, Técnicas e Instrumentos, Población y Muestra, criterios de selección del grupo objetivo.

En el Capítulo III, se desarrolló el Análisis e Interpretación de datos, con sus respectivas tablas, figuras y análisis de los resultados.

En el Capítulo IV La propuesta contiene Título, Justificación, Objetivos: General y Específicos, relacionado con el diseño del plan de negocios, las estrategias y tácticas recomendadas para el desarrollo del plan de negocios.

En el Capítulo V, Ingeniería del Proyecto, el análisis financiero que generan la factibilidad de la aplicación. Además constan las Conclusiones, Recomendaciones y Anexos correspondiente a la investigación.

## **Planteamiento del problema**

El emprendimiento en el Ecuador es considerado una de las actividades más importantes en el aporte económico en el país, de acuerdo con los datos de Servicio Interno de Rentas (SRI, 2014) “En el mes de febrero del 2014, cerró con 477.243 contribuyentes activos a nivel nacional, versus los 175.245 que existían seis años atrás, siendo Guayaquil la ciudad que más ha aportado en gran medida, en el 2014 existían 14.733, en el 2015 el número de establecimientos de emprendimiento es de 66.731, un 352% más”, mientras que en Portoviejo,.....”

Una de las razones que impulsaron al desarrollo del presente proyecto de emprendimiento de la cafetería temática es satisfacer la necesidad de un grupo objetivo que busca un lugar que sirva de entretenimiento, y esparcimiento acompañado de ambiente acogedor, agradable, con buena música, que rompa los esquemas tradicionales de las cafeterías que venden solo café, la idea es cambiar por un lugar que presente los aspectos de diversión y buena alimentación, donde se conjugue los juegos con bebidas, café, y diferentes piqueos con juegos.

Se escogió la ciudad de Portoviejo considerando los datos del Instituto Nacional de Estadísticos y Censos (INEC, 2010) que dice “Representa el 5.1% del territorio de la provincia de Manabí, aproximadamente 1.000 km<sup>2</sup>, el número de población económicamente activa (PEA), los hombres: 280.000 habitantes (20.4% respecto a la provincia de Manabí). 73.8% 26.2% 50.7% 49.3% 48.4% (22.0% de la PEA de la provincia de MANABÍ)

## **Formulación del problema**

¿Es factible emprender un proyecto innovador de cafetería con juegos de mesa tradicionales como alternativa de diversión en la zona rosa de Portoviejo - Manabí?

## **Objetivos de la investigación**

Los objetivos de la investigación son:

### **Objetivo General**

Propuesta para la implementación de un proyecto de emprendimiento para la creación de una cafetería temática con juegos de mesa, en la ciudad de Portoviejo que marque la diferencia generando rentabilidad.

### **Objetivos Específicos**

Realizar un estudio de mercado a los potenciales clientes de la cafetería

Determinar un plan financiero de factibilidad del proyecto

Definir la organización con un estudio técnico y organizacional

Elaborar un plan de gestión de proyecto para la apertura de la “Cafetería Play Table”

## Preguntas de Investigación

Sobre la variable emprendimiento:

- ✚ ¿De qué manera un proyecto de emprendimiento innovador gana aceptación en el mercado?
- ✚ ¿Por qué el Cantón Portoviejo necesita implementar una cafetería temática?
- ✚ ¿Cómo afectará al entorno el desarrollo y creación del proyecto “cafetería con juegos de mesas”?
- ✚ ¿Cómo una cafetería con juegos de mesa ganaría aceptación en la población portovejense?

Sobre la Cafetería

- ✚ ¿Qué tipo de estrategias se deben implementar para la creación de la cafetería temática?
- ✚ ¿Cuál es la variedad de café que más consumen?
- ✚ ¿Qué tipo de piqueos u otra variedad les gustaría consumir?

Sobre la Propuesta: Cafetería con juegos de mesa

- ✚ ¿Qué tipos de juegos de mesa gozan de aceptación en el mercado de Portoviejo?
- ✚ ¿De qué manera se debe publicitar la apertura de este proyecto emprendedor?
- ✚ ¿Qué promoción es la más aceptada en la apertura de una cafetería?



## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.2 Conceptualizaciones de la Administración**

La administración es el motor que dirige a las grandes, medianas o pequeñas empresas, en la época actual las microempresas, es un factor determinante para el desarrollo, rentabilidad y crecimiento, un buen administrador requiere conocer las bases de planeación, organización, control y dirección para que su empresa cualquiera que sea su naturaleza triunfe. De acuerdo con (Ánzola, 2012), “La administración consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir, la manera en la cual tratan de alcanzar metas u objetivos...”, la aplicación de los elementos básicos de la administración llevan al éxito cualquier organización.

Según (Chiavenato, 2012) afirmó que administración’ proviene del latín “ad”, que significa “dirección” o “tendencia” y “minister”, “subordinación” u “obediencia”, se establece la función del mando superior condicionado por la dirección que va de acuerdo con los objetivos empresariales a fin de conseguir el éxito organizacional.

Por su parte (Porter, 2009), define a la administración como "El proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional", los lineamientos de las metas son las que direccionan a que los administradores de las empresas consigan los objetivos planteados como parte del crecimiento empresarial.

##### **1.2.1 Empresario en el entorno internacional y sus definiciones**

El empresario es la persona que representa el levantamiento, emprendimiento que busca producir un bien o servicio, según (Fernando Campa Planas, Guía práctica para la creación de empresas (2009) “Es quien ejerce de manera habitual o profesional una actividad comercial, industrial o de prestación de servicios con ánimo de lucro y en nombre propio, lo

haga individual o colectivamente”. Es así como se convierten en personas que generan progreso y desarrollo en el país que realizan las actividades comerciales.

Para Andrade S. (2005), el empresario es “Aquella persona natural o jurídica que generalmente es titular de una unidad de producción o servicio, y como tal, éste asume el riesgo principal de la misma, siendo la circunstancia que lo diferencia del ejecutivo”, toda persona natural o jurídica que asuma la responsabilidad de producir un bien que satisfaga las necesidades del consumidor, o un servicio que preste ayuda al entorno a desarrollar diferentes actividades.

### **1.2.2 Emprendimiento**

El empresario es un visionario, cuando no se cuenta con los recursos económicos suficiente para una empresa, busca establecer un proyecto con el capital que posee, denominándose como un “emprendedor” que busca la independencia económica, según fuentes estadísticas del SRI, en el año 2014 en el Ecuador existían 175.245 pequeños emprendedores que contribuían puntualmente, lo que realza la labor e inversión del pequeño empresario.

Un negocio establecido como emprendimiento genera empleo, contribuye con el pago de tributos, que genera un crecimiento en el país. Al utilizar materia prima e insumos nacionales pasa a formar parte del engranaje de que aporta al país y que contribuye con la sociedad de manera eficiente.

Se genera el concepto de Emprendedor, según (Robbins, 2005) “Es el proceso por el cual un individuo o grupo de individuos, mediante esfuerzos organizados arriesgan tiempo y dinero en la búsqueda de oportunidades para crear valor y crecer mediante la innovación, cualesquiera que sean los recursos que controlen”. Los proyectos emprendedores e innovadores hacen de aquel que lo creó un emprendedor, el uso de las herramientas adecuadas en la planeación, organización, conto y dirección lo llevan al éxito. El marketing actualmente es una de las herramientas que permiten crecer determinado negocio de bienes o servicios, resaltando los valores superiores hacia la competencia.

### **1.1.3 El emprendimiento y su relación con las Pequeñas y medianas empresas (PYMES) en el Ecuador**

Según el libro administración de Pymes (1999), afirma que en el Ecuador cuentan con el apoyo de las autoridades gubernamentales, por lo que cada día aumenta la producción de bienes y servicios, aportando al desarrollo social y económico del país, todo lo que produce es por la demanda que produce el mercado, compuesto por consumidores que compran los productos, y utilizan los servicios generando necesidades que en determinado momento le añaden un valor agregado, que se convierte en un actor fundamental en la generación de riqueza, y dando plazas de trabajo, contribuyendo positivamente al reducir el desempleo.

Continuando con el libro administración de Pymes (1999), menciona que se las reconoce por el tamaño, haciendo énfasis en las categorías: Microempresas: Emplean hasta diez trabajadores o colaboradores en sus diferentes áreas, muchas poseen capital fijo (descontado edificios y terrenos) el mismo que puede llegar hasta 20 mil dólares; entre tanto que los talleres artesanales son aquellos que se caracterizan por tener una labor manual, cuentan con más de veinte operarios, un capital fijo de aproximadamente 27 mil dólares, mientras que la pequeña Industria llega a emplear cincuenta obreros, la mediana Industria puede tener desde cincuenta hasta noventa y nueve obreros, con un capital fijo que no sobrepase los 120 mil dólares. Para obtener incidencia en el mercado requiere poner en marcha las herramientas del marketing con la finalidad de que sus productos o servicios sean consumidos por los llamados clientes, o usuarios.

## **1.2 Conceptualizaciones de Marketing y ventas**

Dentro de las definiciones del Marketing tenemos las de (Kotler & Armstrong, 2013) quienes afirman que el “Marketing es como el arte y la ciencia de elegir mercados meta con los cuales crear relaciones redituables. El objetivo de la dirección de marketing es encontrar, atraer, retener y aumentar los consumidores meta al crear, entregar y comunicar valor superior para el cliente”. Desde este punto la empresa y el marketing persiguen el mismo fin: satisfacer a los clientes, pero además con las herramientas adecuadas encontrar nichos de

mercado, retenerlos y en determinado momento aumentar comunicando servicios o productos que beneficien al cliente.

Para (Soriano, 2011) “Es un proceso de métodos con dinamismo, determinado a proyectar, promover y distribuir productos y servicios mediante distintas publicidades que deleiten las necesidades de los consumidores potenciales”, toda participación en el mercado de bienes o servicios requiere darse a conocer, una forma de promover es a través de la publicidad e implementando estrategias y tácticas promocionales, que atraigan el mercado objetivo utilizando las herramientas adecuadas.

### **1.2.1 Marketing Estratégico**

De acuerdo con (Barrón, 1996) citado por (Flores, 2013) “Un concepto fundamental que ha cambiado en 360 grados la idea original del marketing, que “consiste en la realización de las actividades comerciales que dirige el flujo de bienes y servicios del fabricante o productor al mercado en el entendido que los mercados no existen para atender a las necesidades de la empresa, sino que ésta existe para atender a las necesidades del mercado”, se coincide la finalidad de las empresas es que los productos o servicios satisfagan las necesidades del mercado a que están dirigidas, ejemplo: un teléfono satisface necesidades de comunicación, los cereales satisfacen la parte alimenticia, cafetería llega a los consumidores que tienen costumbres arraigadas, shampoo, jabón, cremas, y otros ayudan en la limpieza, etc., todo ello genera la planificación de las actividades para promover o crear necesidades en el consumidor.

### **1.2.2 Plan de Marketing**

Para el autor (Sainz de Vicuña, 2010) “El plan de marketing consiste en el proceso de definición (hoy) de lo que queremos ser en el futuro, apoyado en la correspondiente reflexión y pensamiento estratégico”, los administradores de las empresas están constantemente en la búsqueda de mejorar la imagen de la empresa, haciendo uso de las diferentes herramientas que tiene la administración, por lo tanto las actividades van direccionadas al

buen desempeño organizacional, siendo el marketing uno de los mejores recursos utilizados en pro del crecimiento de las empresas que así lo requieran y de sus consumidores o clientes habituales.

### **1.2.3 Consumidores**

Los consumidores pueden ser directos o indirectos, existen los consumidores pasivos a quienes le compran el producto y deben utilizarlo por decisión de otros, a veces el uno selecciona y el otro es quien tiene el dinero para comprar, por ello (Rivera, 2013) afirma que el consumidor “Es quien consume el producto para obtener su beneficio central o utilidad”, y de la decisión de él, dependerá la próxima compra, o a su vez la decisión de cambiar a otra marca o recibir otro tipo de servicio, cualquiera que sea la naturaleza de la empresa, es el comportamiento el que determina la compra.

El comportamiento del consumidor, de acuerdo con (León, 2005) “Se define como el comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que, consideran satisfarán sus necesidades”, en una economía dolarizada el costo de los productos o servicios generalmente determinan la compra o consumo de bienes y servicios y el comportamiento de los consumidores se refleja en la conducta humana, en los impulsos que generan la compra y en el poder de decisión hacia el consumo del tal o cual bien o servicio, realizando el valor agregado que tenga frente a la competencia.

### **1.2.4 Servicio al cliente relacionado con el proyecto de emprendimiento**

#### **Promociones de Ventas**

En la atención de un establecimiento de servicio, el cliente es quien le da vida, se lo relaciona directamente con el desarrollo de la empresa, de acuerdo con (Chong, 2007) es “Conjunto de actividades comerciales que, mediante la utilización de incentivos,

comunicación personal o a través de medios masivos, estimulan de forma directa e inmediata la demanda a corto plazo de un producto o servicios.

Una buena atención en un establecimiento de servicios requiere del desarrollo de las habilidades y capacidades de quienes atienden al público, la prestancia, una sonrisa, una palabra amable influye en el bienestar que siente el cliente, generalmente se busca que cada uno de los lugares que asisten las personas haya la prontitud en la atención, generando satisfacción en el cliente.

#### **1.4 Las cafeterías en el mundo**

Las cafeterías en el mundo aparecieron en Estambul por los años 1550, y prontamente el concepto se extendió a otros países constituyéndose un lugar para conversar o comer en forma rápida un alimento, por lo general este tipo de negocio se lo ubica en lugares concurridos, de gran afluencia de público ávido por consumir algo rápido, a un costo razonable. Por lo general están ubicadas en zonas de empresas, escuelas, universidades, hospitales, entre otros lugares donde confluyen un sin número de personas que buscan café y bocadillos apetecibles.

##### **1.3.1 Experiencias de las cafeterías en el Ecuador**

El Ecuador en la época de la revolución comercial y bancaria por los años 1928 desarrolló la producción agrícola, siendo sus productos estrellas el cacao y café, las extensiones de cultivo generaban ingresos económicos y facilitaban miles de empleos a los campesinos, especialmente de la costa ecuatoriana. En aquel tiempo el apoyo a la agricultura estuvo marcado por los préstamos bancarios, en los actuales momentos el café constituye uno de los productos tradicionales de exportación.

##### **1.3.2 Portoviejo y sus experiencias con el café**

Por las características climáticas, las tierras fértiles, y la gente trabajadora componen el triángulo para que la producción de café en esta zona sea considerada un eje productivo,

identificándola como la zona cafetera más importante del país. De allí se desprenden las costumbres de un pueblo que gusta de beber todas las mañanas una taza de café acompañada de verde preparado en diversas formas, si bien para unos les genera placer, en otros casos afirman que les alivia el dolor de cabeza, así mismo afirman que les previene de ataques cardíacos, y reduce las posibilidades de que el cáncer les afecte, muchas son las razones por las que afirman que lo consumen.

### **1.5 Las cafeterías con juegos de mesa**

Las cafeterías con juegos de mesa es un concepto innovador, no existe en el mercado ecuatoriano, ni localmente en Portoviejo las posibilidades de desarrollo son elevadas, si se toma en consideración aspectos como:

Decoración: Mesas con el diseño de una tabla de ajedrez, otras con el juego de la dama china, con cajoneras donde se guardan las piezas y los naipes, cada mesa tendrá seguridad y las llaves serán guardadas por la persona de caja, la misma que será entregada al momento de realizar la compra.

#### **1.4.1 El Ecuador y su relación con los juegos de mesa**

En el Ecuador no existe el concepto, no ha sido desarrollado, y no hay datos al respecto.

#### **1.4.2 Portoviejo y los juegos de mesa**

Localmente en Portoviejo no existen cafeterías con juegos de mesa, no hay experiencias que contar, es una idea innovadora, creativa, si bien dentro de las normativas legales en el Ecuador está prohibidos los juegos en los casinos, en el desarrollo del Buen Vivir se establece el apoyo al desarrollo de habilidades en juegos tradicionales y la propuesta enmarca cuatro tipos de juegos de mesa que han formado parte de los aspectos costumbrista de las poblaciones ecuatorianas.

### **1.4.3 El plan de negocio en un emprendimiento**

El emprendimiento de cualquier negocio, sea de bienes o servicios requieren un plan de negocios que le de las pautas a seguir para asegura el éxito, limitando el fracaso por otras causas sensibles. De acuerdo con (Stutton, 2011) “Un plan de negocios ayuda a clarificar y enfocar el desarrollo de negocio. El planear no predice el futuro, pero ayuda a tomar en cuenta del rango de acciones futuras y estar listo para cuando sucedan”, los puntos a resaltarse es el análisis de la situación, valoraciones de acuerdo con el FODA empresarial, el análisis organizacional y del mercado son puntos claves que deben establecerse.

El plan de negocios puede utilizárselo en un emprendimiento para evaluar las posibilidades potenciales en el desarrollo, rendimiento y crecimiento de los negocios, las estrategias y tácticas son parte esencial en el desarrollo de una empresa, microempresa, permiten observar la viabilidad del proyecto.



## **CAPITULO II**

### **ASPECTOS METODOLOGÍCOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1 Enfoque de la investigación**

El enfoque del presente trabajo de titulación es de tipo multimodal, cualitativo y cuantitativo. La parte cualitativa permite analizar las cualidades del grupo objetivo investigado, mientras que el cuantitativo detalla en números

La investigación es de carácter transversal es decir todos los datos recolectados en un momento específico, y en el mismo lugar, es decir en el mes de septiembre del año 2015, en la ciudad de Portoviejo – Manabí.

##### **2.1.1 Diseño de la investigación**

El tipo de estudio que se llevó a cabo fue Descriptivo, se detalló paso a paso el proceso del emprendimiento de negocios innovadores y temáticos, con responsabilidad social y el aporte al cuidado del medio ambiente.

El diseño de la investigación fue No Experimental, no se manipulo ninguna variable, se observó el fenómeno estudiado tal y como se presenta, con las características, las ventajas, desventajas, oportunidades y amenazas, e incluso las expectativas del grupo objetivo investigado.

La parte Bibliográfica se fundamentó en las bases teóricas del emprendimiento, la innovación, el café, las cafeterías, y los juegos de mesa, con definiciones y experiencias en la parte internacional, en el Ecuador y en la localidad de Portoviejo. Se consultó libros, fuentes oficiales para obtener los datos estadísticos que respaldan la investigación, así mismo revistas, tesis y demás documentos que se relacionan con el tema.

### **2.1.2 Tipos de investigación**

La investigación fue multimodal, cualitativa y cuantitativa, con mayor sesgo cuantitativo, se realizó la medición numérica y estadística, que incluye tablas, figuras y el análisis. En la parte cualitativa buscó conocer el interés del grupo objetivo hacia el proyecto de la cafetería temática (con juegos de mesa). La idea era conocer lo que sienten, piensan y como actuarían hacia el proyecto investigado describiendo la situación de acceder a un lugar que ofrezca un buen ambiente y que puedan interactuar con juegos tradicionales como el ajedrez, dama china, naipes, el uno entre otros.

Para (Hernández, 2006) “El enfoque de la investigación mixto consiste en recolectar, analizar y vincular datos cuantitativos y cualitativos que corresponde a las preguntas cerradas y s abiertas para responder a las preguntas de investigación”

### **2.1.3 Métodos empíricos de la investigación**

El método de investigación utilizado fue la Observación es decir, se observaron a los sujetos investigados cuando asistían a cafetería y los resultados se exponen de la siguiente forma:

Lugar: Cafetería “El Terminal”, ingresó Glenda, hizo el pedido (café con leche) cancelo en caja y luego le llevaron el pedido, en las mesas solo existían azúcar, café filtrado, café instantáneo, no había servilletas

Lugar: Comedor “Carmita”, llegó Macos, hizo cola para el pago, llegó a caja y pidió: café con bolón de ver y huevo frito, en la mesa no había nada, al momento le llevaron café, azúcar. No había servilletas

#### **2.1.4 Métodos teóricos de la investigación**

Entre los métodos teóricos empleados tenemos:

Método Deductivo estudió el fenómeno del emprendimiento innovador mediante desde lo general sus conceptualización y su relación con el entorno internacional, analizando lo particular en el contexto nacional y local, enfatizando las particularidades de las cafeterías y los juegos temáticos.

Método Analítico permitió un profundo análisis estadístico de acuerdo los datos obtenidos de fuentes oficiales como INEC, SRI, entre otros, se estudió el comportamiento y los gustos del consumidor potencial y final, el nivel de aceptación hacia las cafeterías y los juegos de mesa, además de los requerimientos hacia la atención del cliente y sus expectativas.

#### **2.1.5 Técnicas de la investigación**

Entre las técnicas de investigación se utilizó la entrevista y encuesta. En número de entrevista fue seleccionado en forma aleatoria a cinco microempresarios emprendedores de la ciudad de Portoviejo, se las realizó en forma personal, el tiempo de duración fue de treinta de minutos, previamente se les indicó el contenido de la entrevista y los tópicos a investigar.

En el caso de la encuesta, la muestra fue seleccionada mediante una fórmula aplicada, la misma que dio como resultado los sujetos investigados, se lo realizó aplicó en forma personal y duró quince minutos, antes de comenzar la encuesta se les explicaba que era de carácter investigativo y el tema a opinar.

#### **2.1.6 Instrumentos utilizados para la recogida de información aplicados.**

Los instrumentos utilizados en la investigación fueron: Guía de preguntas y cuestionario.

La guía de preguntas aplicada a los entrevistados constó de diez preguntas, cuatro relacionadas con el emprendimiento, tres sobre el café y la cafetería y tres acerca del proyecto de cafetería con juegos temáticos. Es decir se investigó de acuerdo con las variables independiente y dependiente del estudio.

El cuestionario fue previamente diseñado e impreso, en el encabezado constó la institución educativa, el objetivo de

### 2.1.7 Población

El presente estudio de acuerdo con el (INEC, 2010), el universo es de 206.672 del total de la población económicamente activa de la ciudad de Portoviejo, hombres y mujeres.

### 2.1.8 Muestra

De acuerdo a la población estimada en la ciudad de Portoviejo, la muestra es finita para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

#### Calculo del tamaño de muestra.

**Z**= Nivel de confianza = 95%

**N**= Población= 206.672

**p**= Probabilidad de ocurrencia = 0,5

**q**= Probabilidad en contra (1-p)

**e**= Error de estimación= 5%

**n**= Tamaño de la muestra= 266 personas

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$N = \frac{1,96^2 (0,5)(0,5) 206}{206(0,05)^2 + 1,96^2 (0,5)(0,5)} = 266$$

**Tabla 1 Muestra Segmentación del mercado**

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

<b>Características</b>	<b>Porcentaje%</b>	<b>Total</b>
<b>Población económicamente activa</b>	<b>100%</b>	<b>206.672</b>
<b>Interés de las personas</b>	<b>70%</b>	<b>1750</b>
<b>Ingresos</b>	<b>50%</b>	<b>875</b>
<b>Calificación</b>	<b>80%</b>	<b>700</b>
<b>Competencia</b>	<b>38%</b>	<b>266</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora

### **Medición de interés:**

Se estima que del total de la P.E.A. presenta interés por la nueva cafetería corresponde al menos a un 70% del total:  $2.500 * 70\% = 1.750$  C/ POT, y la medición de ingresos: Clientes interesados (1.750), se les pregunto si podrían cubrir el valor del servicio, respondiendo que el 50% me será factible:  $1750 * 50\% = 875$  C/ POT

### **2.1.8 Criterios de selección.**

- ✓ Hombres y Mujeres
- ✓ Que busque un lugar de esparcimiento y buen ambiente
- ✓ Que prefieran tomar café
- ✓ Todas las edades que puedan tomar café
- ✓ Qué busquen un concepto de cafetería con juegos
- ✓ Que les agrade conversar con amigos

### CAPÍTULO III

#### Análisis de los Resultados

##### Análisis cuantitativo de la encuesta

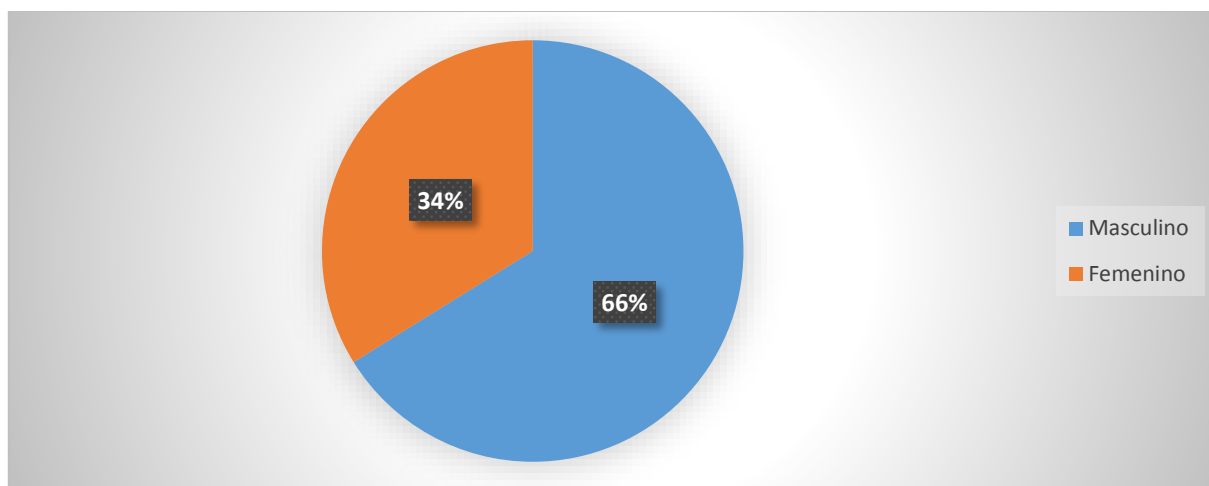
###### 1. Sexo:

**Tabla 2 Clasificación por sexo**

Característica	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	176	66%
Femenino	90	34%
Total	266	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora



**Figura 1 Distribución por sexo**

**Análisis e Interpretación de datos:** De las 266 encuestados, 176 (66%) pertenecen al sexo masculino, mientras que 90 (34%) son mujeres, a quienes se les aplicó la encuesta en forma personal. En el resultado se evidencia que los hombres les agrada tomar café, ir con la esposa, reunirse con amigos en un lugar agradable y con buena iluminación.

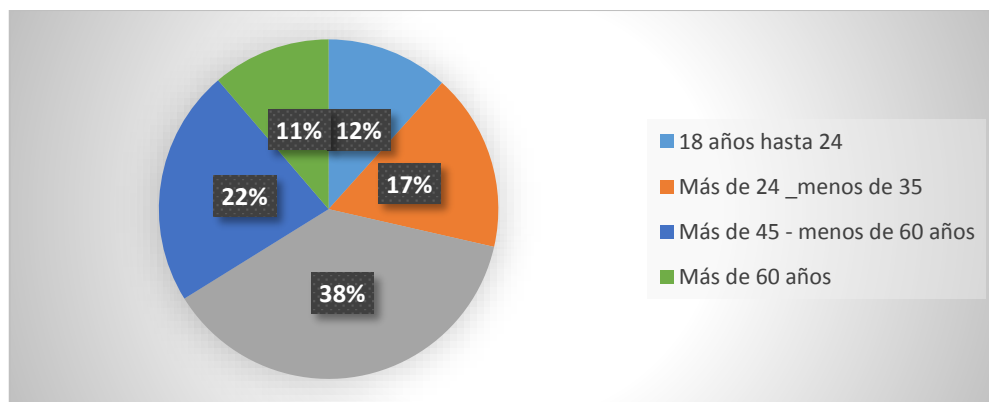
## 2. Edad

**Tabla 3 Clasificación por Edad**

Característica	Frecuencia	Porcentaje
18 años hasta 24	31	12%
Más de 25 _menos de 35	45	17%
Más de 36 -menos de 45	100	38%
Más de 45 - menos de 60 años	60	22%
Más de 60 años	30	11%
Total	266	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora



**Figura 2 Clasificación por Edad**

**Análisis e Interpretación de datos:** De las 266 personas encuestadas, 31 (12%) pertenecen al grupo de edad de 18 a 24 años, 45 (17%) fueron de 24 a 35 años, 100 (38%) al grupo de 36 a 45 años, 60 (22%) de 46 a 60 años, y 30 (11%) pertenecen al grupo mayores de 60 años. En resumen las edades comprendidas entre 25 a 60 años son los que más gusta consumir café como forma de pasar un momento agradable, y desde 18 a 24 años lo hacen de manera menos frecuente.

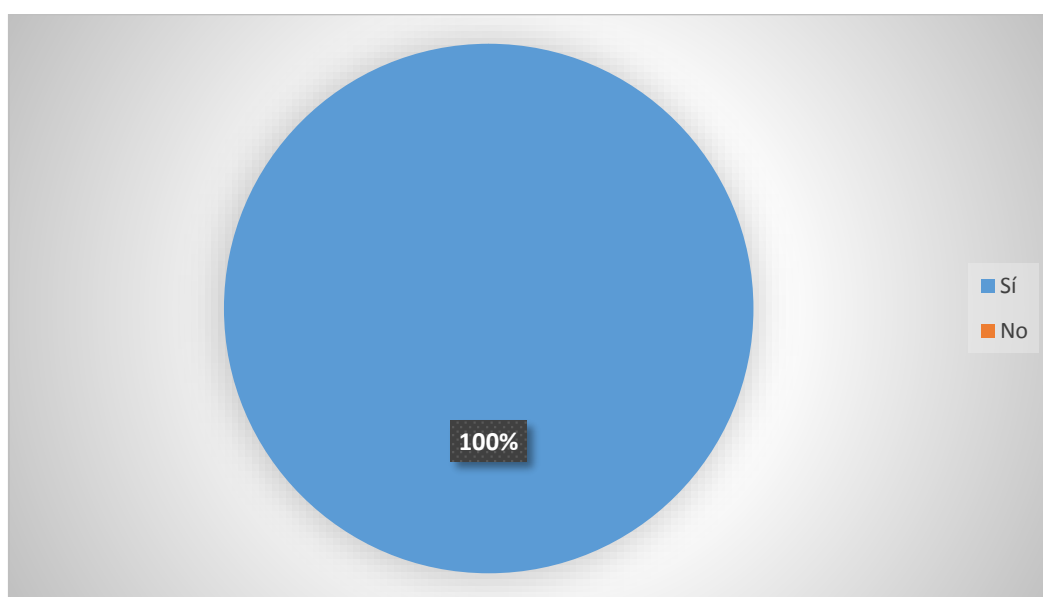
## 3. ¿Usted toma café?

**Tabla 4 ¿Toma usted café?**

Característica	Frecuencia	Porcentaje
Si	266	100%
No	0	0%
Total	266	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora



**Figura 3 Toma usted café?**

**Análisis e Interpretación de datos:** De las 266 encuestados, todas toman café, es necesario aclarar que fue la pregunta filtro, quien no tomaba se le retiraba la encuesta, solo se hicieron a los consumidores de café. El resultado permite evaluar que la cafetería es un negocio encaminado a lograr aceptación por el nivel de preferencia en las bebidas que el público objeto del estudio lo consume diariamente. La incidencia del beber café es cuestión de costumbre, se toma como referencia que Portoviejo es una ciudad donde el cultivo de este producto es para de la actividad agrícola que se practica.

Tomar una taza de café es sinónimo de amistad, que un encuentro entre amigos, compañeros de trabajo, de cierre de negociaciones o pasar un buen rato, una conversación.

4. ¿Cuántas veces al día toma café?

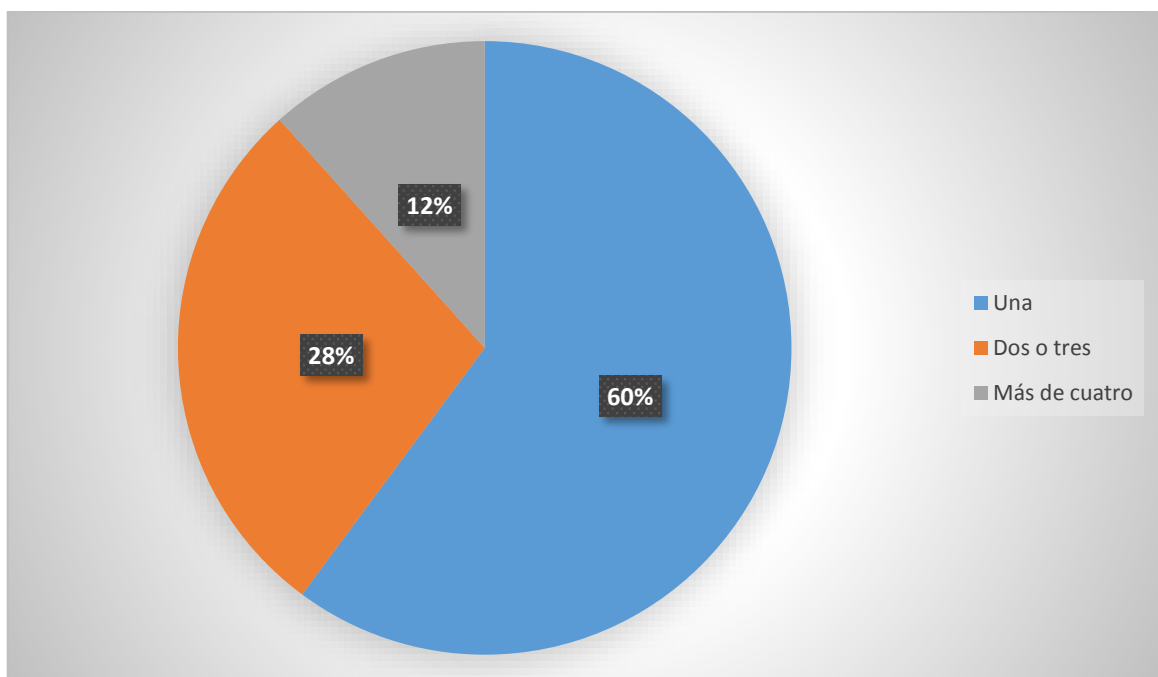


**Tabla 5 ¿Cuántas veces al día toma café?**

Característica	Frecuencia	Porcentaje
Una	160	60%
Dos o tres veces	75	28%
Más de cuatro veces	31	12%
Total	266	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora



**Figura 4 Cuántas veces al día toma café?**

**Análisis e Interpretación de datos:** De las 266 encuestados, 160 (60%), 160 (60%) toman café una vez al día, mientras que 75 (28%) lo hacen entre dos y tres veces al día, y 31 (12%) lo hacen más de cuatro veces al día. En el análisis se observa que el café es una bebida de consumo diario por las personas encuestadas como parte del desayuno, logrando respaldar el proyecto de emprendimiento de crear una cafetería con juegos de mesa. Un grupo secundario consume hasta dos veces al día. En otras ocasiones se toma café hasta tres veces al día, es parte de la cultura del pueblo portovejense.

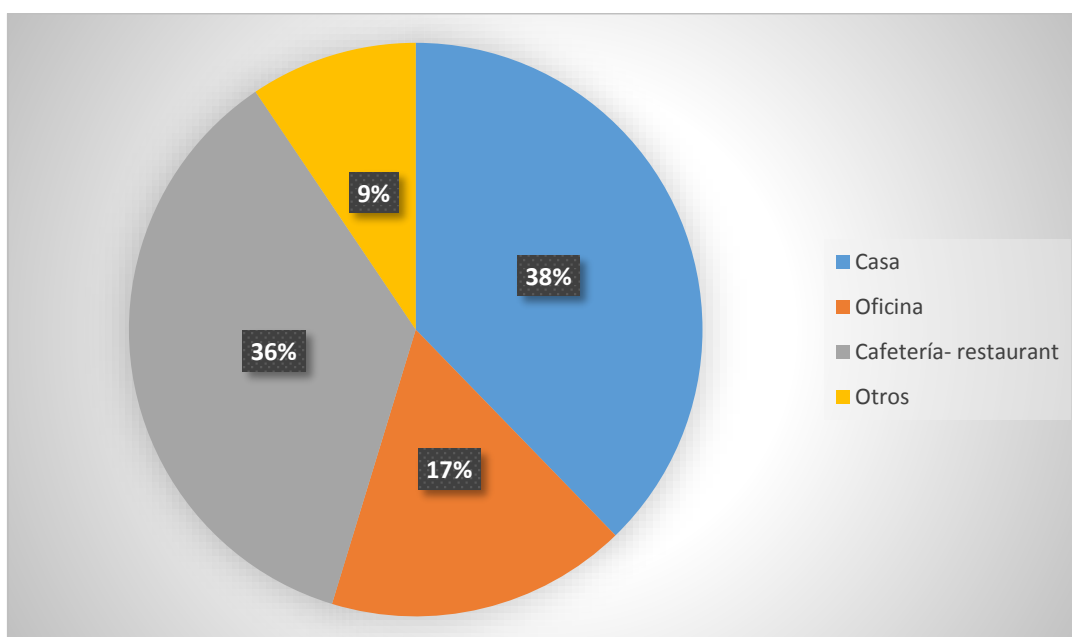
5. ¿Dónde lo consume café?

**Tabla 6 ¿Dónde consume café?**

Característica	Frecuencia	Porcentaje
En casa	100	38%
En la oficina	25	17%
En el restaurant – cafetería	147	36%
Otros	24	9%
Total	266	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora



**Figura 5 Donde consume café**

**Análisis e Interpretación de datos:** De las 266 encuestados, 100 (38%) toman café antes de salir de casa, o cuando están en sus casas, 25 (17%) lo hacen en su trabajo, 147 (36%) toman café en un restaurant o cafetería, y 24 (9%) lo hacen en casa de amigos, y en casa de sus padres. La costumbre es que se toma café antes de salir de casa, es parte del desayuno, acompañado de alimentos típicos como humitas, empanadas de verde, entre otros, hay un grupo seleccionado que lo hace en el trabajo, que lo piden a cafeterías o restaurant cercanos, un grupo de los encuestados manifestó que antes de llegar al trabajo deciden tomar un café en un lugar cercano, de la misma manera un 9% de las personas objeto del estudio expresaron que les agrada ir a una cafetería con amigos o familiares.

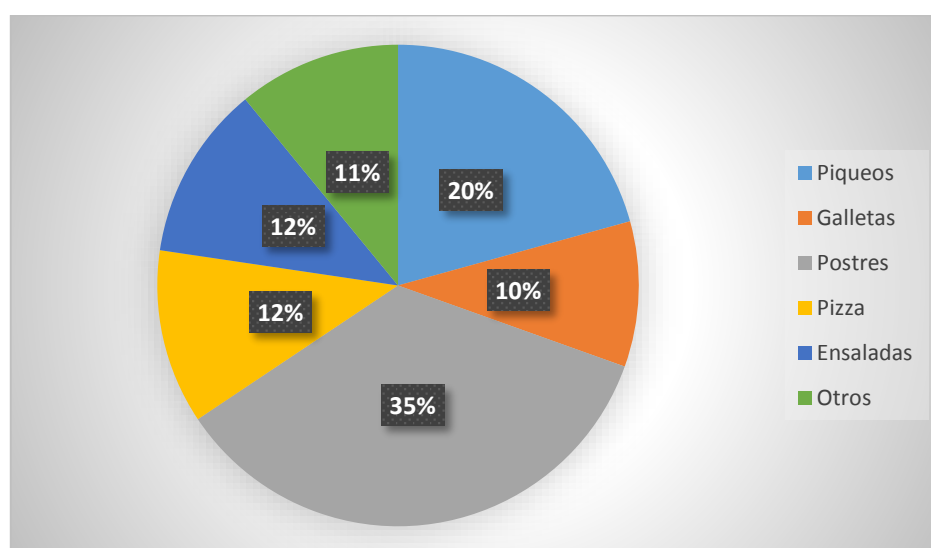
6. ¿Le gusta acompañar un café con?

**Tabla 7 ¿Le gustaría acompañar un café con?**

Característica	Frecuencia	Porcentaje
Piqueos	53	20%
Galletas	25	11%
Postres	90	35%
Pizza	30	12%
Ensaladas	30	12%
Otros	28	10%
Total	266	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora



**Figura 6 Le gustaría acompañar el café con:**

**Análisis e Interpretación de datos:** De las 266 encuestados, 53 (20%) prefieren acompañarlo con piqueos, 25 (11%) les agrada los piqueos, 90 (35%) les gusta los postres, 30 (12%) dijeron que les gustan las pizzas, 30 (12%) les gustaría ensaladas, y el 28 (10%) les agradan otro tipo de acompañantes hamburguesas, papas fritas, patacones etc. En el resultado se evidencia que un buen café es mejor si se acompaña con postres, razón por lo que se propone agregar al menú una gran variedad de productos de sal, y dulce; elaborando una carta de productos que contenga algunos piqueos que contengan jamón, jamoneta, queso, etc. Sin descartar las típicas hamburguesas, papas fritas y patacones, recordando que el verde es un producto típico del lugar y de gran aceptación en el público objetivo.

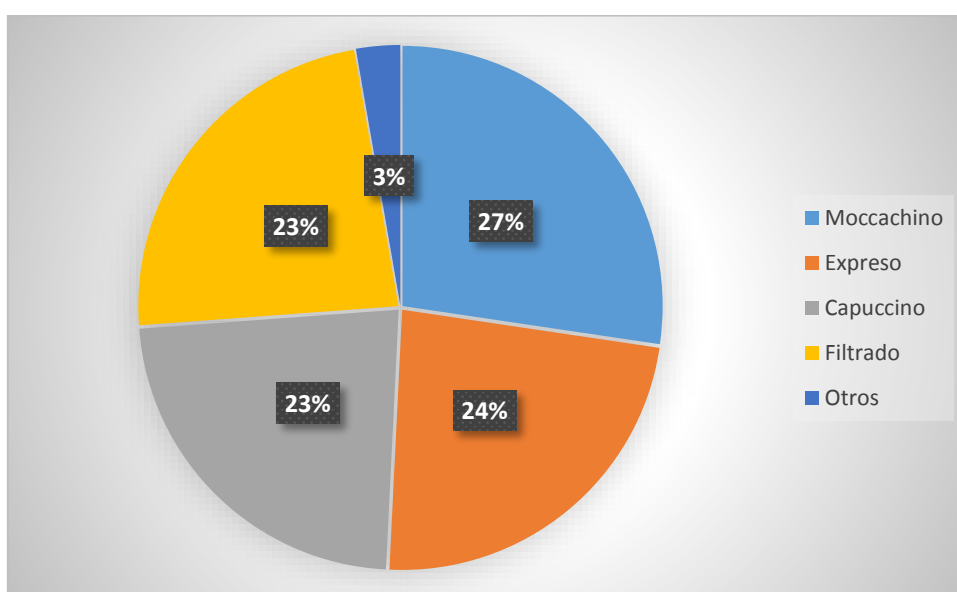
7. ¿Qué tipo de café prefiere?

**Tabla 8 ¿Qué tipo de café prefiere?**

Característica	Frecuencia	Porcentaje
Mocachino	70	27%
Expreso	60	23%
Capuchino	59	24%
Filtrado	60	23%
Otros	7	3%
Total	266	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora



**Figura 7 Qué tipo de café prefiere?**

**Análisis e Interpretación de datos:** Dentro del estudio las 266 encuestados, 70 (27%) prefieren el mocachino, mientras que 60 (23%) indicaron que prefieren el café expreso, 59 (24%) sostuvieron sus preferencias hacia el capuchino, mientras que 60 (23%) apuntaron que les gusta el café filtrado, y por último 7 (3%) prefieren un café a lo tradicional, prepararlo con leche y café. Se evidencia que el negocio debe ofrecer a su clientela real y potencial variedad de café por el nivel de preferencia que tienen hacia el mocachino, capuchino, expreso. Se recomienda agregar el café filtrado por ser una variedad que se prefiere consumir, es costumbre arraigada y entraña recuerdo de la niñez o tiempos pasados, es un valor agregado al menú que elevaría el nivel de preferencia, generando fidelización y posicionamiento del negocio.

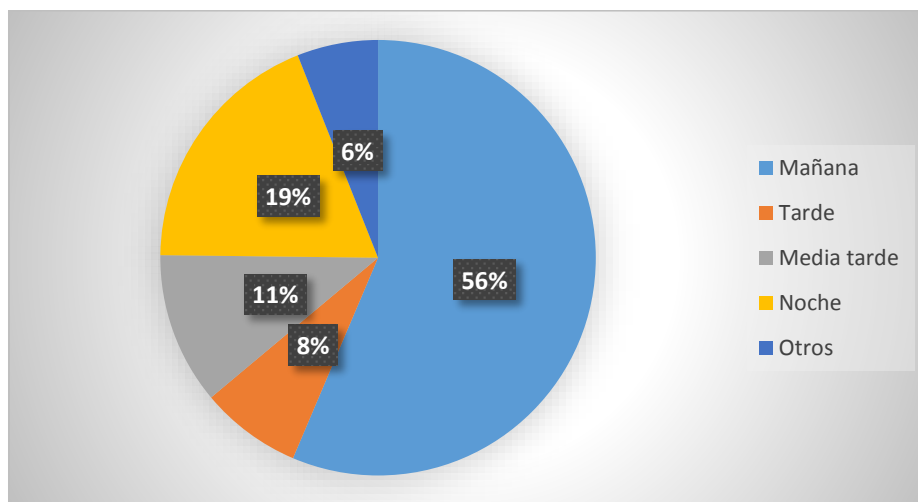
8. ¿En qué horario?

**Tabla 9 En qué horario?**

Característica	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	150	56%
Tarde	20	8%
Media Tarde	30	11%
Noche	50	19%
Otros	16	6%
Total	266	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora



**Figura 8 ¿En qué horario?**

**Análisis e Interpretación de datos:** En la investigación las 266 encuestados, 150 (56%) les gusta tomar café en la mañana, antes de salir al trabajo o los estudios, 20 (8%) dijeron tomarlo en la tarde, 30(11%) en la media tarde, más o menos entre las 4 y media y 5 y media, 50(19%) lo hacen en la noche, acompañado con la merienda o algún otro piqueos, y 16 (6%) lo hace en la madrugada tipo cinco de la mañana como parte de la rutina diaria de levantarse y “tomar un tinto”. Se sugiere que el horario de atención de la cafetería empiece a las 7:00 a.m. para captar a los clientes potenciales que les gusta tomar una tacita de café antes de ir al trabajo o cuando va a estudiar, la media tarde debe implementar promociones que generen costumbre, este es un horario de poca asistencia, mientras que el horario debe extenderse hasta las 9 p.m. de lunes a jueves, y los fines de semana hasta las 12 p.m.

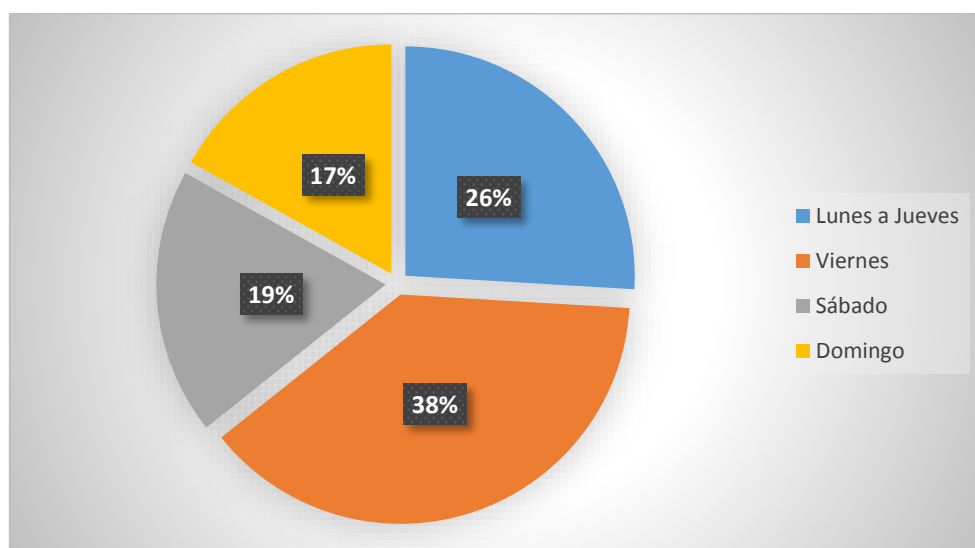
9. ¿Día de la semana que prefiere salir a tomar café?

**Tabla 10 ¿Días de la semana que prefiere salir a tomar café?**

Característica	Frecuencia	Porcentaje
Lunes a Jueves	69	26%
Viernes	102	38%
Sábado	70	19%
Domingo	25	17%
Total	266	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora



**Figura 9 Días de la semana que prefiere tomar café fuera de casa?**

**Análisis e Interpretación de datos:** De las 266 encuestados, 69 (26%) lo hacen de lunes a jueves, 102 (38%) lo realiza los días viernes y quincena y fin de mes, 70 (19%) prefieren el día sábado, y por último el domingo 25 (17%) mencionaron que es un buen día para tomar un cafecito fuera de casa.

Los resultados permiten establecer estrategias promocionales para los días de lunes a jueves que incidan en la asistencia continua, ofrecer menú atractivo y variado, poner una cortesía, gratis un pequeño postre, si trae un amigo el segundo café gratis, para los fines de semana las tácticas deben coincidir con los horarios de mayor afluencia, con cupones por consumo, postres sin costo en el segundo pedido, un sorteo a media tarde, publicitando en un cartelera al ingreso de la cafetería, etc.

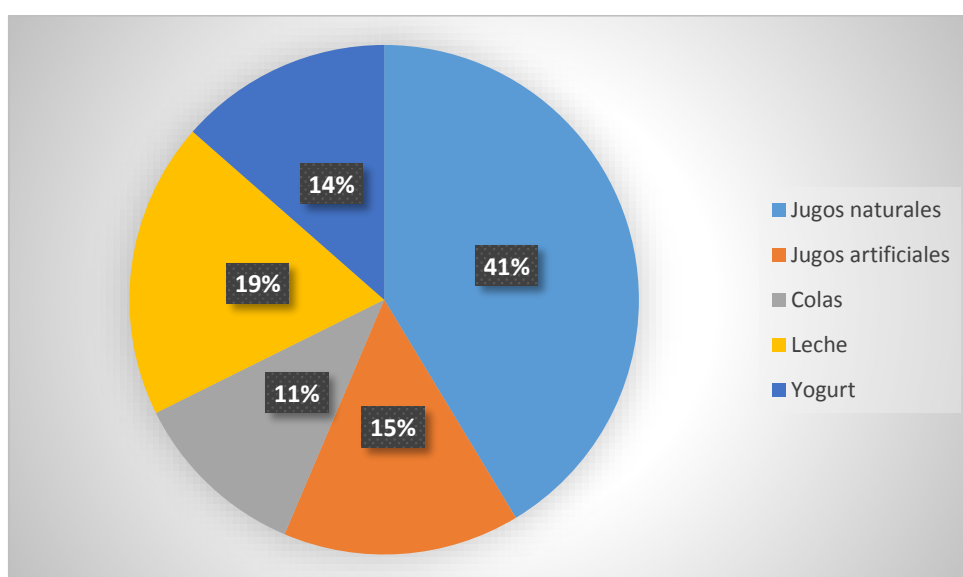
10. ¿Aparte del café que otras bebidas le gustaría encontrar en una cafetería?

**Tabla 11 ¿Aparte de café que otras bebidas le gustaría encontrar en una cafetería?**

Característica	Frecuencia	Porcentaje
Jugos naturales	110	41%
Jugos artificiales	40	15%
Colas	30	11%
Leche	50	19%
Yogurt	36	14%
Total	266	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora



**Figura 10 Aparte de café que otras bebidas prefiere**

**Análisis e Interpretación:** Dentro del estudio los 266 encuestados mencionaron su preferencia hacia, Jugos naturales 110 (41%), jugos artificiales 40 (15%), colas 30 (11%), leche 50 (19%) y yogurt 36 (14%) quedó establecido que prefieren los jugos naturales por ser más saludables, por lo que se toma esta opción para ofrecer mayor variedad de jugos naturales. Se sugiere que los jugos naturales se publiciten con tres sabores diferentes, ejemplo: naranja producto típico del lugar, tamarindo, y un sabor alternativo consultado en una encuesta pequeña a realizarse a los clientes que asistan al local, en cuanto a la leche otro producto que agrada como acompañamiento de los postres, lo ideal es ofrecer variedad: leche con chocolate, con sabor a frutilla, vainilla, etc.

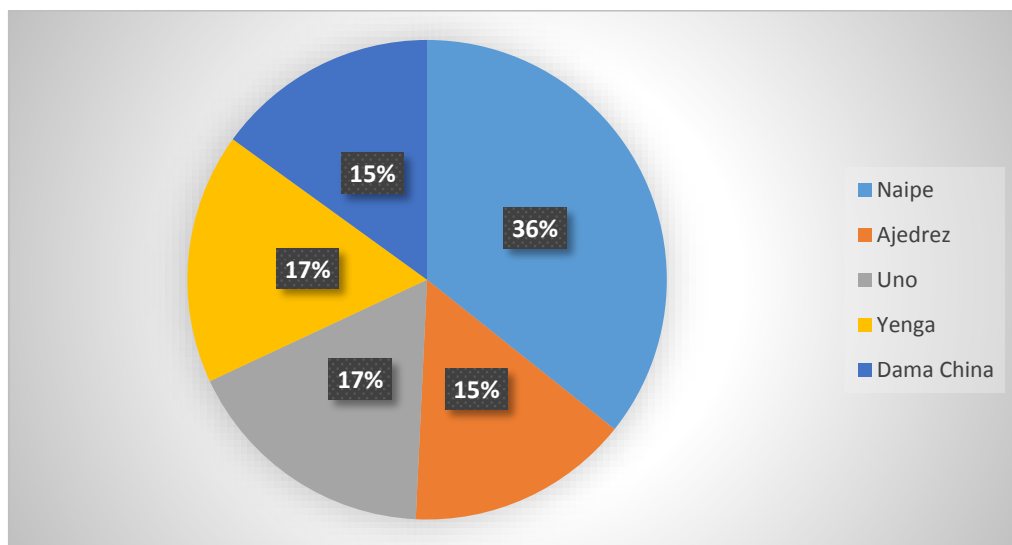
11. ¿De los juegos de meses cual le gusta?

**Tabla 12 ¿Qué tipo de juegos de mesa prefiere?**

Característica	Frecuencia	Porcentaje
Naipes	95	36%
Ajedrez	40	15%
Uno	46	17%
Yenga	45	17%
Dama china	40	15%
Total	266	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora



**Figura 11 Tipo de juegos de mesa que prefiere**

**Análisis e Interpretación:** Dentro del estudio los 266 encuestados, acerca de los juegos de mesa que se prefieren los datos obtenidos fueron los siguientes: 96 (36%) prefieren el naipes, 40 (15%) les gusta el ajedrez, 46 (17%) les gusta el Uno, 45 (17%) les agrada la Yenga, y por último 40 (15%) prefieren la dama china. Las consideraciones de implementación del concepto cafetería con juego de mesa alcanzó gran aceptación en el grupo objetivo investigado, los resultados son claros, el naipes es el juego más conocido, se sugieren cartas que se diferencien en color y la inversión debe ser en varios paquetes para tener suficiente en caso de que lo soliciten, el juego del Uno se sugiere que tenga una guía de cómo se juega.

12. ¿Con quién va a una cafetería?

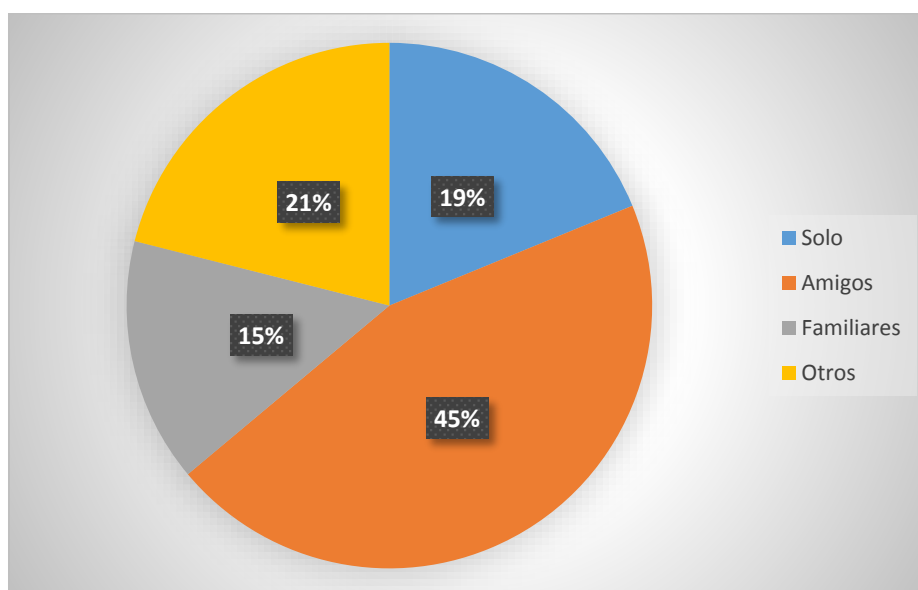


**Tabla 13 ¿Con quién va a una cafetería?**

Característica	Frecuencia	Porcentaje
Solo	50	19%
Amigos	120	45%
Familiares	40	15%
Otros	56	21%
Total	266	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora



**Figura 12 Con quién va a una cafetería**

**Análisis e Interpretación:** Dentro del estudio los 266 encuestados mencionaron que generalmente 50 (19%) van solo, 120 (45%) comúnmente van con amigos, amigas, 40 (15%) van con la familia, los fines de semana como parte del desayuno, 56 (21%) van con la novia, el novio, jefe, por cierre de un negocio. Los resultados permiten asumir que las estrategias deben dirigir promociones de acompañamiento, los amigos son las personas a las que deben aplicarse descuentos, es decir descuento en la compra de un café cuando vayas con un amigo, en el caso de la familia, gratis un postre para los niños, en la publicidad del local se debe insistir que se vende café, leche en varios sabores, jugos, etc. Se sugiere promocionar una tarde de amigas y amigos acompañados de juegos de mesa y una taza de café.

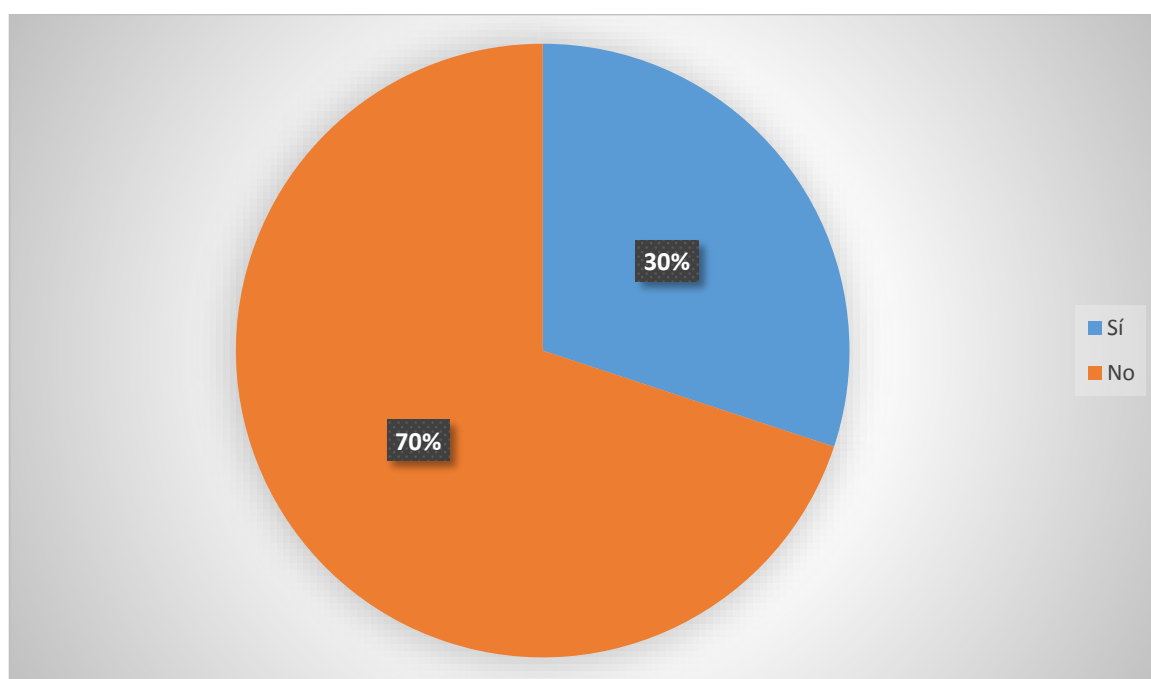
13. ¿Le gustaría encontrar área separada para la lectura?

**Tabla 14 ¿Le gustaría encontrar un área separada para la lectura?**

Característica	Frecuencia	Porcentaje
Sí	80	30%
No	186	70%
Total	266	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora



**Figura 13 Le gustaría encontrar un lugar de lectura**

**Análisis e Interpretación:** Dentro del estudio los 266 encuestados, 80 mencionaron que si les gustaría un área de lectura, mientras que 186 (70%) indicaron que no, ese espacio es mejor ampliarlo con otro tipo de área fumadores, no fumadores, etc. La encuesta arroja que el nivel de preferencia hacia el área de lectura no tiene gran aceptación, las sugerencias se dirigen al desarrollo de áreas fumadores, o áreas para niños, las alternativas permite que la idea del negocio se proyecta hacia otras áreas y público con un desarrollo basado en ofrecer nuevas alternativas o valores superiores frente a la competencia.

## Conclusión de la Investigación

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

Los resultados de la investigación, para creación de la cafetería play table en el ciudad de Portoviejo, es factible, en los resultados se observó tanto hombres como mujeres les gusta consumir café, las edades fluctúan entre 18 a 65 años, siendo las edades de 25 a 60 años quienes más lo toman, el horario de preferencia es en la mañana, antes de salir al trabajo o cuando va a estudiar.

Los niveles de preferencia hacia tomar café en forma regular es en casa y fuera de ella, siendo los restaurants, o cafetería las que más aceptación tiene, los días viernes es cuando más se asiste a estos lugares con amigos, compañeros de trabajo, prefiriendo el café mocachino, capuchino, expreso y el filtrado (café pasado por un colador) acompañado de un postre, piqueos o sánduches, en la mañana o en la noche son los horarios preferidos. Agrada la idea de la cafetería con juegos de mesas siendo el naipe, el ajedrez y la dama china las que gozan de preferencia.

En cuanto a los postre prefieren de sal y dulce, sugieren acompañar un café con piqueos, o empañaditas de verde, patacones con queso entre otros, las picaditas de jamón, jamoneta o queso tiene un buen nivel de aceptación. Se sugiere que vendan jugos naturales de frutas típicas del lugar, siendo el jugo de naranja, tamarindo como uno de los que más les agrada consumir.

Otra de las recomendaciones es que ofrezcan leche con sabores a chocolate, frutilla y vainilla. En cuanto a los juegos de mesa los preferidos son: el naipe, el uno y la yenga, sin dejar a un lado el ajedrez. Otras áreas sugeridas es la de no fumadores, y con juegos para niños, lo que permite valorar un mayor desarrollo que permita competir con servicios agregados que la competencia no ofrece. Se considera que la implementación del emprendimiento es aceptado por el concepto de juegos de mesa, y la variedad en el menú de ofertar diversos tipo de café y piqueos.

## **CAPÍTULO IV**

### **Propuesta**

#### **4.1 Título**

Proyecto de emprendimiento: creación de una cafetería temática “COFFEE PLAY TABLE” en la ciudad de Portoviejo”

#### **Plan de Marketing**

#### **4.2 Antecedentes**

Portoviejo es una de las ciudades manabitas más importantes, su gente se caracteriza por ser trabajadora, y por el consumo diario del café, se conoce que desde niños existe la costumbres de los padres dar a los hijos un “traguito de café”, además muchas amas de casa asumen que tomar el café diariamente les evita el dolor de cabeza. En la parte del campo creen que un poquito de café “les calienta el estómago”.

Según los datos recolectados en la encuesta para esta investigación se conoció que Portoviejo es una ciudad donde su gente toma café diariamente, a cualquier horario y todos los días, con amigos, familiares, en casa de sus padres, con sus novias, novios, prefieren los restaurant y cafeterías el lugar que prefieren para servirse una tacita de café.

#### **4.3 Resumen ejecutivo**

El posicionamiento que ocupa el café en la mente del consumidor es alto, se reconoce el vocablo como parte del vocabulario diario “una tacita de café”, “un cafecito”, “prefiero café”, “quiero un poquito de café”, son las expresiones que comúnmente reconocen mencionar. Las cafeterías como concepto es poco aceptado, pero que gana día a día votos de preferencia por que les inspira un lugar de ambiente agradable, bien diseñado, con aire acondicionado, limpio, con cierto aire de lujo, concepto que le eleva su autoestima como un consumidor habitual.

Un proyecto emprendedor e innovado es la cafetería con juegos de mesa, no existe en esta ciudad y en la investigación se detectó que hay preferencia para el juego de naipes, ajedrez, el uno, dama china, por lo que el concepto agrada a las personas investigadas. Entonces por la investigación de mercado realizada previamente el proyecto de emprendimiento es innovador y tiene aceptación en los sujetos que fueron objeto del estudio.

#### **4.4 Abstrac**

The position occupied by the coffee in the minds of consumers is high, the word as part of the everyday vocabulary "a cup of coffee", "a coffee", "prefer coffee" recognized, "I want a little coffee", are the commonly recognized expressions mentioned. Cafeterias as a concept is not well accepted, but winning day preference votes that inspires them with a pleasant atmosphere, well-designed, air-conditioned, clean, with an air of luxury concept that raises their self-esteem as a typical consumer. An enterprising and innovative project is the cafe with board games, there is in this city and in the investigation it found that there is a preference for playing card game, chess, one Chinese lady, so the concept pleases people investigated. Then pre-market research on entrepreneurship project is innovative and has acceptance in subjects who were surveyed.

#### **4.5 Misión**

Somos una cafetería que incluye juegos de mesa para su distracción, asumimos el compromiso de brindar una excelente atención, con productos de calidad, y buen precio.

#### **4.6 Visión**

Para el 2016 ser un lugar de elección para los consumidores de café que busquen vivir buenos momentos en compañía de amigos, familiares, jefes, posicionándose como cafetería de preferencia por su concepto innovador “COFFEE PLAY TABLE”.

#### 4.7 Valores Corporativos

Los valores corporativos que identifican a la cafetería temática “COFFEE PLAY TABLE”. Café con juegos de mesa son:



*Figura 14 Valores corporativos*

**Excelencia en la calidad de atención y productos:** Es la cualidad superior que poseen los productos, servicios y operaciones en Coffee Play Table, que permiten asegurar la calidad y satisfacción en todo lo que hacemos.

**Privilegiar al cliente.** Reconocer que el cliente es primero y que su satisfacción es la clave del éxito de nuestra organización.

**Confianza.** Todo lo que hacemos en Coffee Play Table genera una sensación positiva de seguridad y de acuerdo a lo esperado por nuestros clientes.

**Respeto.** Reconocemos la dignidad de todas las personas con las que nos relacionamos, sin importar diferencias de raza, creencias o preferencias.

**Trabajo en equipo.** En Coffee Play Table apreciamos el aporte y el trabajo conjunto en cada nivel de la organización, para el logro de los objetivos compartidos.

**Buenas relaciones.** Reconocemos el valor de las relaciones y apreciamos a nuestros clientes, proveedores, colaboradores y accionistas.

**Compromiso con el medio ambiente.** En Coffee Play Table nos preocupamos por el medio ambiente y tomamos acciones concretas para cuidar el planeta.

#### **4.8 Cultura Empresarial**

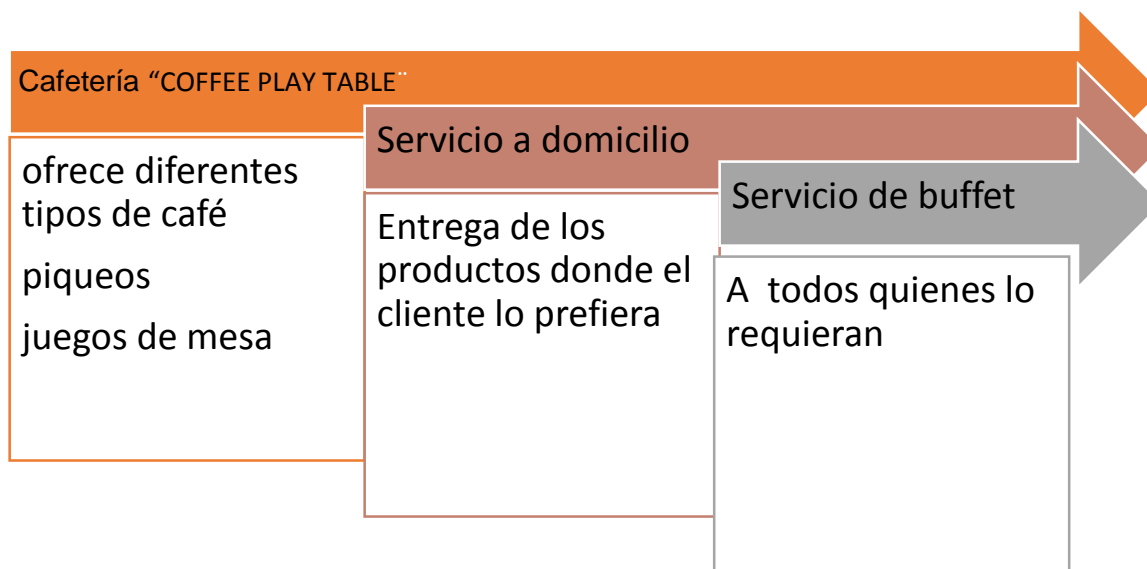
La cultura empresarial del proyecto “COFFEE PLAY TABLE” es:

- ✓ Compromiso con el cuidado del medio ambiente
- ✓ Responsabilidad Social con la ciudad
- ✓ Comprometidos a la misión y visión de la empresa
- ✓ Desarrollo Humano de los colaboradores
- ✓ Respeto a las todas las leyes, especialmente a las tributarias

#### **4.9 Unidades Estratégicas de Negocio. (UEN)**

Entre las unidades estratégicas del negocio se identifican las siguientes áreas

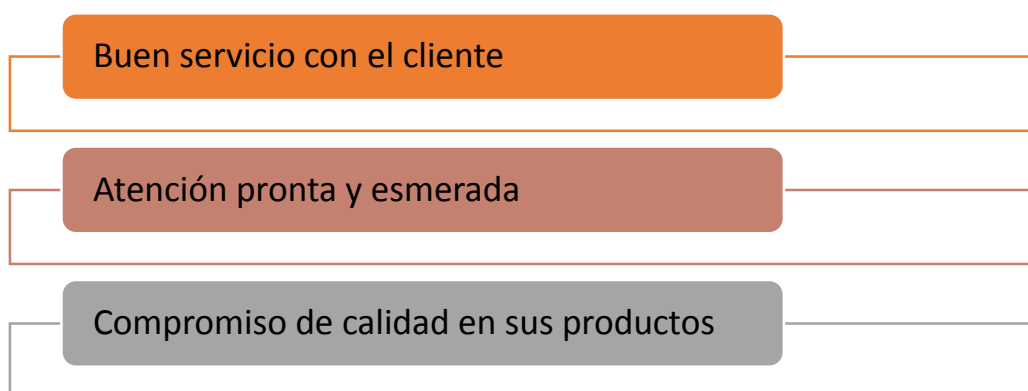
“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-



*Figura 15 UEN*

#### 4.10 Factores claves del éxito

Cada uno de los factores tiene el propósito de crecimiento del proyecto:



*Figura 16 Factores claves de éxito*



#### **4.11 Objetivos General**

Diseñar las estrategias y tácticas de un plan de marketing estratégico para la cafetería temática “COFFEE PLAY TABLE”

#### **4.12 Objetivos Específicos**

Desarrollar el proyecto integral: Misión, visión unidades estratégicas del negocio, valores corporativos, aspectos legales, etc.

Llevar a cabo la investigación de mercado que sustente la factibilidad del proyecto planteado

Elaborar un plan financiero que se ajuste a los recursos económicos asignado para el proyecto

#### **4.13 Análisis Interno: Micro Entorno**

##### **4.13.1 Ubicación**

En la ciudad de Portoviejo – Manabí, Av. América y calle García Moreno a 1 cuadra de la Av. Manabí.

##### **4.13.2 Servicios**

Entre los servicios se especifican tres principales:

- ✓ Servicio a domicilio: se llevarán los productos que requieran donde el cliente lo decida, incluso fuera del área urbana

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

- ✓ Servicio de buffet tipo cafetería es un concepto innovador, no existe en el mercado portovejense.
- ✓ Servicio en local abierto desde las 6 a.m hasta las 10 p.m al comienzo todos los días incluido sábado, domingo y feriados

#### 4.13.3 Clientes

Los clientes, es decir el grupo objetivo tienen las siguientes características:

- ✓ Hombres y mujeres
- ✓ Que les guste el café. Sus variedades
- ✓ Que les gusten los postres, sánduches, ensaladas y otros piqueos
- ✓ Con poder adquisitivo
- ✓ Que busquen un concepto diferente en cafetería
- ✓ Que les agrade los juegos de mesa

#### 4.13.4 Competencia

La competencia la representan las siguientes cafeterías

#### Análisis Comparativo de la Competencia (sólo cafeterías):

**Tabla N. 15 Competencia comparativo**

Cafeterías	Ventajas	Desventajas
Jean Pierre	Buen precio	Poco espacio físico
Dulce Cremoso	Variedad de productos y aceptación por el sabor	Escaso ambiente, no tiene aire acondicionado
Restaurantes que venden café	Precios bajos Solo venden café filtrado o instantáneo con agua y leche	Ningún tipo de infraestructura de cafetería

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora

**Competencia:**

El análisis de la competitividad representan las ventajas, desventajas y los valores agregados del proyecto vs la competencia

**Tabla 16 Competencia**

Cafetería Dulce y Cremoso	Cafetería Jean Pierre	“COFFEE PLAY TABLE”
Dirección: Av. Manabí	Chile y Ramos Chile y Ramos	América y García moreno
Café Espresso : 1,75	1 taza café instantáneo 1,25	Juegos de mesa
Capuchino: 2,50	1 vaso jugo naranja 1,25	Capuchino 2,50
Mocachino: 2,80	1 corviche 1,00	Mocachino 2.80
Humita 2,00	1 bolón de queso o chicharrón 1,25	Frutillas con crema 3,75
Sánduches pollo 4,50	1 torta de pescado 3,50	Sánduche fish potato 3,80
1 porción pastel de chocolate 3,80	1 bollo de chancho 3,50	Sánduche frutilla con nutella 3,50
1 porción de chesecake 3,80	1 estofado de hígado con patacón 5,00	Sánduche de toci 5,00
1 porción pastel de naranja 3,00	1 Torta de choclo 3,80	Sánduche champing 4,80

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora

**4.14 Análisis Externo: Macro Entorno**

**4.14.1 Análisis Macro entorno PEST: Político, Económico, Social y Tecnológico**

**4.14.1.1 Análisis Político**

Las políticas del Estado Ecuatoriano desde hace unos siete años han cambiado, las decisiones de los entes gubernamentales son de total respaldo a las iniciativas de

emprendimiento e innovación, el cambio de la matriz productiva y el incentivo a proyectos de cualquier índole, pueden ser desarrollo de productos o servicios cuentan con normativas de apoyo.

En lo que se refiere a emprendimiento el Servicio de Rentas Interna (SRI) estableció políticas compensatorias que incentivan la cultura tributaria para aquellas personas que inician sus pequeños negocios es el Régimen Impositivo de Simplificación Ecuatoriano (RISE), puesto en marcha desde el 2008, como parte de la propuesta de Equidad Tributaria.

#### **4.14.1.2 Análisis Económico**

#### **4.14.1.3 Análisis Social**

El emprendedor en la participación con la sociedad es generar bienes o servicios que beneficien al colectivo social, otra de las responsabilidades es cumplir con las obligaciones tributarias, registrarse en el RISE y pagar los impuestos, el mismo que le permitirá afiliarse al gremio que le corresponde, participar en ferias, e incluso acceder a los diferentes préstamos bancarios públicos y privados. De la misma manera que hay ventajas, cuando un emprendedor deja de realizar sus pagos, con tres cuotas es clausurado, y en caso de no pagar puede ser excluido del sistema y no podrá regresar en 24 meses.

#### **4.14.1.4 Análisis Tecnológico**

El acceso al internet, y las redes sociales establece un vínculo a considerar en el desarrollo de las microempresas, el buen uso que le hagan como punto para establecer contactos entre consumidores online. En el caso de la cafetería Coffee Play Table, se desarrollaría el contacto con los cliente vía online, estableciendo pedidos a domicilio, entiéndase casa, trabajo o cualquier lugar que requieran los productos de la microempresa.

#### 4.14.1.5 Análisis Legal

En la parte tributaria el RISE reemplaza al Impuesto del Valor Agregado (IVA), y del impuesto a la renta, en cuotas de acuerdo a la actividad económica y el volumen de ventas, va desde \$ 1,32 hasta 2,40, los beneficios son varios entre ellos que no se declaran ni están obligados a llevar contabilidad, por lo tanto no compran formularios, ni pago por el llenado de los mismos.

Al momento de iniciar una empresa o negocio en este caso una cafetería es relevante que se constituya legalmente, y lo primero que se debe hacer es determinar si se la va a crear como persona natural o jurídica. Estos permisos que otorga el Municipio del cantón son para construir o cambiar dicha propiedad. El permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bombero de Portoviejo es un documento que otorga dicha entidad, una vez que el personal del CC.BB haya realizado las pertinentes inspecciones al local, y sus requisitos son:

Para obtener el Permiso del Cuerpo de bomberos será necesario:

- ✓ Presentar una solicitud de inspección
- ✓ Cancelar el impuesto correspondiente según la calificación y categorización obtenida.

Legalización de la patente

La patente es un documento que habilita el ejercicio de una actividad económica de carácter comercial, industrial o financiero.

Para obtener la Patente Municipal será necesario:

- ✓ Copia de la cédula de identidad.
- ✓ Copia de la papeleta de votación.
- ✓ Copia del Registro Único de Contribuyentes.
- ✓ Certificado de cumplimiento ambiental.
- ✓ Haber llenado el formulario para obtención de patente.

Permiso De Funcionamiento O Tasa De Habilitación De Locales.

El GAD de Portoviejo es la entidad competente para otorgar la autorización de la puesta en marcha de establecimientos, sean estos de tipo comercial, industrial y actividades profesionales.

## 1.2 PERMISO Y CERTIFICADO SANITARIO.

Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento del MSP Acuerdo Ministerial 818

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
2. Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
3. Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
4. Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
5. Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
6. Plano del establecimiento a escala 1:50.
7. Croquis de ubicación del establecimiento.
8. Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
9. Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

Adicionalmente se deberá cumplir con otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

Para obtener el Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual se deberá llenar una solicitud, mediante la cual se logrará distinguirse de otras empresas, para llenar la solicitud será necesario:

- ✓ Comprobante de pago.
- ✓ Nombramiento del representante legal.
- ✓ Un arte en papel “PMT 4x4cm”.
- ✓ 4 etiquetas

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

- ✓ Un documento de prioridad
- ✓ Poder

#### Permiso de Funcionamiento

Art. 6.- “El permiso de funcionamiento es el documento otorgado por la autoridad sanitaria nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la Ley Orgánica de Salud, este reglamento y los demás reglamentos específicos”.

Art. 7.- “A las direcciones provinciales de salud les corresponde otorgar el permiso de funcionamiento anual, para lo cual el interesado deberá presentar una solicitud dirigida al Director Provincial de Salud de la jurisdicción a la que pertenece el domicilio del establecimiento, con los siguientes datos:

- Nombre del propietario o representante legal.
- Nombre o razón social o denominación del establecimiento.
- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) y cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Actividad o actividades que se realizan en el establecimiento.
- Ubicación del establecimiento: cantón, parroquia, sector, calle principal número e intersecciones, teléfono, fax, correo electrónico si lo tuviere.

A la solicitud debe adjuntar:

- a) Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- b) Copia de la cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento;
- c) Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda;
- d) Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen;
- e) Plano del establecimiento a escala 1:50;
- f) Croquis de ubicación del establecimiento;
- g) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos; y,

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

h) Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

Adicionalmente se deberá cumplir con otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

La documentación completa será entregada en el Área de Salud a la que pertenece el establecimiento. En el caso de establecimientos que para su inspección requieren de la intervención de una de las comisiones técnicas señalada en el Art. 10 del presente reglamento el Área de Salud remitirá la documentación a la Dirección Provincial de Salud correspondiente”.

Art. 8.- “La Dirección Provincial de Salud a través del Proceso de Vigilancia Sanitaria Provincial realizará la verificación de la documentación presentada y emitirá el informe de la evaluación documental y verificación de la ubicación del local dentro de un plazo de 48 horas desde la fecha de recepción de la respectiva documentación por parte de esta dependencia.

Art. 9.- Si la evaluación documental es favorable, se procede a la inspección del establecimiento por parte de la comisión técnica de inspección, designada por el Director o Directora Provincial de Salud, con el propósito de verificar los requisitos sanitarios del local, saneamiento ambiental y seguridad.

Art. 10.- Para la inspección de establecimientos de: servicios de salud públicos y privados, establecimientos farmacéuticos, establecimiento de alimentos, y de los señalados en la disposición general segunda de este reglamento se conformarán comisiones técnicas constituidas por profesionales técnicos del Proceso de Vigilancia Sanitaria Provincial.

Art. 11.- La comisión técnica emitirá un informe y en el caso de ser favorable, el Proceso de Vigilancia Sanitaria Provincial procederá a ingresar los datos en el sistema de cómputo y entregará al usuario la orden del pago del derecho por el servicio correspondiente; una vez cancelado el valor, se emitirán los permisos de funcionamiento debidamente legalizados por el Director o Directora Provincial de Salud y Coordinador o Coordinadora de Vigilancia Sanitaria Provincial con sus firmas y sellos respectivos.

Art. 12.- Para el caso de los establecimientos que no requieren de la participación de las comisiones técnicas para la inspección, el Jefe del Área de Salud correspondiente remitirá a la Dirección Provincial de Salud el informe favorable de la inspección realizada al establecimiento, adjuntando el original del expediente presentado por el interesado, sobre la



“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

base de los cuales se concederá el permiso de funcionamiento, debidamente legalizado por el Director o Directora Provincial de Salud y Coordinador o Coordinadora de Vigilancia Sanitaria Provincial con sus firmas y sellos respectivos.

Art. 13.- En caso de que el resultado de la inspección sea desfavorable se entregará la notificación al interesado señalando el plazo concedido para que salve las observaciones encontradas. Una vez que el interesado haya cumplido con todos los requisitos podrá continuar con los trámites para la obtención del permiso de funcionamiento.

Art. 14.- Los permisos de funcionamiento se renovarán anualmente, durante los primeros 180 días de cada año, previo a la presentación y cumplimiento de los requisitos establecidos en el Capítulo II del presente reglamento, adjuntando además el permiso de funcionamiento del año anterior y el pago del derecho por el servicio correspondiente.

Art. 15.- El permiso de funcionamiento contendrá:

- Código del establecimiento.
- Número del permiso de funcionamiento.
- Nombre o razón social del establecimiento.
- Nombre del propietario o representante legal.
- No. RUC o cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal.
- Ubicación del establecimiento.
- Tipo de establecimiento. - Actividad(es) a las que se dedica el establecimiento.
- Categoría del establecimiento.
- Fecha de expedición.
- Fecha de vencimiento.
- Firmas y sellos de las autoridades correspondientes (Director o Directora Provincial de Salud, Coordinador o Coordinadora de Vigilancia Sanitaria Provincial).

Art. 16.- “Las categorías de industria, mediana industria, pequeña industria, artesanía y microempresa, señaladas en este reglamento se ajustarán a las definiciones de sus correspondientes normas legales”.

Art. 17.- “Las tiendas de abarrotes para el ejercicio de sus actividades, deberán obtener el certificado de condiciones higiénicas y sanitarias, la misma que será otorgada por la Dirección Provincial de Salud a la que pertenecen, previo el pago de lo correspondiente al resultado de multiplicar el coeficiente de cálculo asignado a este tipo de establecimiento (2) por 2.4% del salario básico unificado del trabajador en general”.

Art. 18.- “Para otorgar el certificado de condiciones higiénicas y sanitarias para las tiendas de abarrotes, el interesado presentará en el Área de Salud respectiva una solicitud dirigida al Director Provincial de Salud, consignando los datos que consta en el Art. 7 del presente reglamento y adjuntará los siguientes documentos:

- a) Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- b) Copia de la cédula de ciudadanía o identidad del propietario del establecimiento.
- c) Croquis de ubicación del establecimiento.
- d) Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en la tienda de abarrotes, conferido por un centro de salud del Ministerio de Salud Pública.

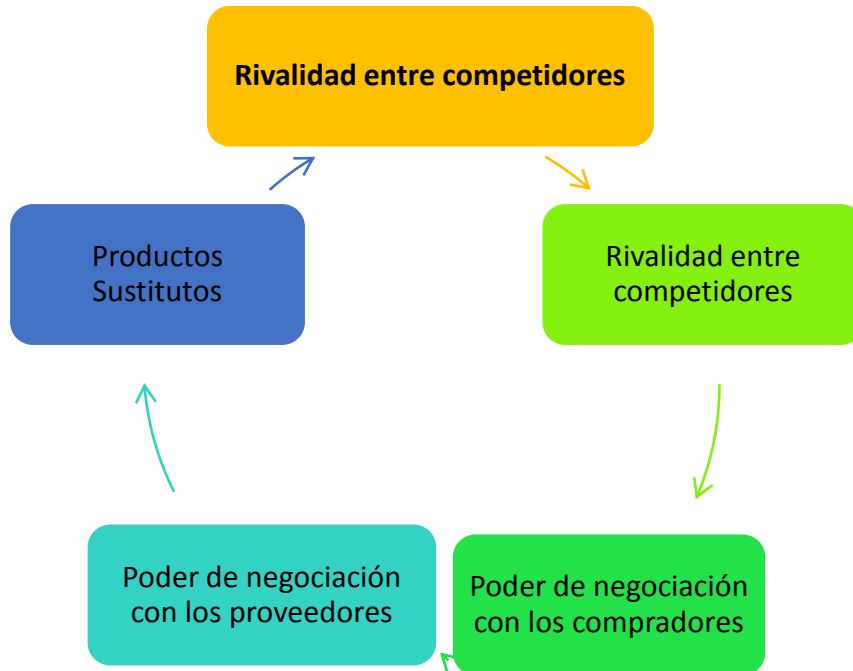
#### **4.15 Análisis de la Situación**

En Portoviejo se ofrece una gran variedad de centros nocturnos. La noche comienza temprano, por lo general a partir de las 8:00 p.m. utilizando como punto de encuentro los diferentes bares o café. El horario de apertura de los mismos es desde tempranas horas de la tarde hasta las 11:00 a.m. de lunes a jueves y hasta las 3: 00 a.m. los fines de semana.

Portoviejo es conocida como la capital de Manabí, es una ciudad de crecimiento, el cual se encuentra en un punto estratégico donde se cruza a principales balnearios de Manabí. Actualmente en el mercado de Portoviejo las cafeterías, bares, restaurantes, y discotecas, etc., se ubicado en un solo sector, en la zona rosa, la decisión de ubicar la cafetería COFFEE PLAY TABLE se debe a que en el lugar no existe un local que ofrezca innovación en el concepto de cafeterías, un lugar donde se brinde un ambiente amigable y tranquilo en el que se reúnan diferentes grupos de personas como oficinistas, viajeros, familias, etc, para compartir unas horas jugando mientras beben una buena taza de café, acompañados de piqueos, sánduches, y otras alternativas como jugos, postres, etc., la ubicación es excelente, es una de las calles más transitadas de la ciudad.

##### **4.15.1 Las 5 fuerzas de Porter: Competencia Directa e Indirecta**

Las 5 fuerzas de Porter, determinan los competidores, proveedores y compradores que intervienen en el proceso del desarrollo de la microempresa.



**Figura 17 Las 5 fuerzas de Porter**

#### **4.15.2 Rivalidad entre competidores**

En el análisis de competitividad se exponen las ventajas de los competidores, a través de la oferta y la demanda del mercado, en cada una de las políticas que establecen en sus planes de comercialización de los productos y servicios, implementando las estrategias y tácticas que permiten aumentar sus ventas. De los competidores en el mercado de cafetería se enmarcan la calidad de atención y el servicio al cliente, además del precio, y tipo de productos que expenden, e incluso la ubicación de la competencia.

#### **4.15.3 Servicios sustitutos**

Entre los productos sustitutos se encuentran los restaurantes que en la mañana venden café, además de pequeños locales que ofrecen el café como valor agregado a su menú de comida.

#### **4.15.4 Poder de negociación de los proveedores.-**

Los proveedores constituyen el eje que mueve el negocio, la empresa o la organización, los proveedores del proyecto lo constituye agricultores de la zona, Se escogerá al proveedor que proporcione las bebidas y preparación de postres con la condición de que estén listos para el consumo del cliente. Los proveedores serán escogidos de acuerdo a las necesidades que requerimos de nomas de higiene, empaque, calidad y precio.

#### **4.15.5 Poder de negociación de los compradores**

A los clientes, y consumidores final se tiene planificado na serie de estrategias promocionales para incentiva la continuidad de compra, la idea es fidelizarlos con sabor y precio convenientes y competitivos, ofreciendo alternativas en el consumo frecuente.

#### **4.15.6 Amenaza de nuevos competidores**

Las políticas del gobierno y el apoyo a los microempresarios hacen que el mercado se vea afectado con la aparición de nuevos competidores, que ofrecen productos similares aunque no sean de la misma calidad.

#### **4.16 Análisis FODA cuantitativo y cualitativo**

El FODA es una de las herramientas del marketing estratégico más importante, por el aporte que permite definir la situación en que se encuentra la empresa, sirve como parte de la planificación situacional y los diagnósticos precisos a fin de responder los objetivos y

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

políticas planteadas al comienzo de la creación de una empresa, forma parte de la planificación y ayuda a llevar un control de la organización

**Tabla 17 FODA**

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Servicio de juegos y lectura como valor agregado al cliente</li> <li>➤ Variada oferta de productos de cafetería.</li> <li>➤ Servicio al cliente de calidad</li> <li>➤ Ubicación estratégica con elevado tránsito de personas y vehículos.</li> <li>➤ Personal capacitado y profesional.</li> <li>➤ Dos ambientes diferentes de acuerdo al gusto del cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Negocio en la primera etapa de implementación</li> <li>➤ Concepto poco conocido en el Ecuador</li> <li>➤ Escaso conocimiento de los emprendedores en el manejo del negocio</li> <li>➤ Alta dependencia por el capital de trabajo</li> <li>➤ Bajo nivel de capital propio</li> <li>➤ Local arrendado</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Poca oferta de sitios nocturnos y de entretenimiento</li> <li>➤ Nicho de mercado en crecimiento y poco atendido por la competencia</li> <li>➤ Establecimiento de canales de marketing con empresas de turismo</li> <li>➤ Alianzas estratégicas con agencias de viajes.</li> <li>➤ Crecimiento económico de la ciudad de Portoviejo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Posibilidad de imitación del proyecto por parte de la competencia</li> <li>➤ Competencia de cafeterías posicionadas en el mercado</li> <li>➤ Inestabilidad económica y social en el Ecuador</li> <li>➤ Necesidad de financiamiento con altas tasas</li> <li>➤ Poca capacidad de crédito con los proveedores</li> </ul>

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

➤ Promoción turística estatal enfocada en la zona de Portoviejo	
---	--

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora

#### 4.16.5 Matriz de Aprovechabilidad

**Tabla 18 Matriz de Aprovechabilidad**

		MATRIZ DE APROVECHABILIDAD							
MATRIZ DE APROVECHABILIDAD	OPORTUNIDADES	Poca oferta de sitios nocturnos y de entretenimiento	Nicho de mercado en crecimiento y poco atendido por la competencia	Establecimiento de canales de marketing con empresas de turismo	Alianzas estratégicas con agencias de viajes.	Crecimiento económico de la ciudad de Portoviejo	Promoción turística estatal enfocada en la zona de Portoviejo	TOTAL	ORDEN
		FORTALEZAS							
Servicio de juegos y lectura como valor agregado al cliente		5	5	3	3	3	5	24	3
Variada oferta de productos de cafetería.		5	5	3	3	5	5	26	2
Servicio al cliente de calidad		5	5	5	3	3	5	26	2
Ubicación estratégica con elevado tránsito de personas y vehículos.		5	5	5	5	3	5	28	1
Personal capacitado y profesional.		5	5	5	5	3	5	28	1
Dos ambientes diferentes de acuerdo al gusto del cliente.		5	3	5	3	3	5	24	3
<b>TOTAL</b>		30	28	26	22	21	30		
<b>ORDEN</b>		1	2	3	4	5	1		

#### 4.16.6 Matriz de Vulnerabilidad

**Tabla 19 Matriz de Vulnerabilidad**

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

	AMENAZAS						TOTAL ORDEN
		Posibilidad de imitación del proyecto por parte de la competencia	Competencia de cafeterías posicionadas en el mercado	Inestabilidad económica y social en el Ecuador	Necesidad de financiamiento con altas tasas	Poca capacidad de crédito con los proveedores	
<b>DEBILIDADES</b>							
Negocio en la primera etapa de implementación		3	5	5	3	3	19 3
Concepto poco conocido en el Ecuador		1	3	1	5	5	15 4
Poco conocimiento de los emprendedores en el manejo del negocio		3	5	5	5	5	23 1
Alta dependencia por el capital de trabajo		3	3	5	5	5	21 2
Bajo nivel de capital propio		3	3	5	5	5	21 2
Local arrendado		1	1	5	5	3	15 4
<b>TOTAL</b>		14	20	26	28	26	
<b>ORDEN</b>		4	3	2	1	2	

#### 4.16.7 Estrategias y Tácticas del Plan de Marketing Estratégico

Cada una de las estrategias que se asuman como parte del PME, requiere de las tácticas acompañadas de los objetivos, el indicador y la meta esperada.

**Tabla 20 Estrategias y Tácticas del Plan de Marketing Estratégico**

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	INDICADOR	META
-----------	-------------	----------	-----------	------

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

Posicionamiento y recordación de marca	Marca COFFEE PLAY TABLE	Stiker para ubicarlo en los carros	Reconocimiento de la marca	Conseguir que reconozca el logotipo y el slogan
Conocimiento del establecimiento	Publicidad en el punto de venta, exhibidores	Dar a conocer directamente la oferta de productos y servicios	Imagen de la empresa, reconocer la marca	Aumentar las ventas
Generar consumo de los productos	Plan de Promociones	Ventas mayores de \$ 30 dólares: Un sánduche gratis Online: Seguidores de las redes sociales Facebook, Instagram, Twitter, gratis un café pequeño	Proceso de fidelización de clientes	Generar ventas
Personal capacitado	Capacitaciones permanentes	Seminario de atención al cliente	Cliente satisfecho	Excelencia en atención al cliente

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora

#### 4.17 Matriz Boston Consulting Group (BCG)

La BCG es una matriz que sirve para ubicar los diferentes puntos de crecimiento o decrecimiento de los productos o servicios





*Figura 18 Adaptación de la matriz BCG*

#### 4.17.1 Estrella

Se ubica la cafetería, el diseño, las sensaciones de confort, y el concepto que es nuevo en el mercado, “COFFEE PLAY TABLE”: Cafetería con juegos de mesa, un respaldo importante es que ahora en el país los casinos no tienen permiso de funcionamiento, sin embargo se apoya a los juegos tradicionales del Ecuador como fuente de cultivar las buenas costumbres de un lugar, en este caso Portoviejo que se caracteriza por el juego de naipes, y un grupo importante le gusta el ajedrez y la dama china. El juego del uno entra como innovación a los otros juegos.

#### 4.17.2 Vaca

La competencia por lo general vende solo productos de sal, la nueva cafetería incursiona con las dos líneas sal y dulce e incluso mixto. Los postres es un valor agregado por el nivel de preferencia demostrado en la investigación de mercado. La población gusta un café con algún tipo de postre.

#### **4.17.3 Perro**

Se desconoce, el mercado está abierto a las nuevas alternativas de productos que venderá la cafetería.

#### **4.17.4 Interrogante**

Es la aceptación que tenga el concepto de la cafetería con juego de mesa, y los productos que se vendan, adicionalmente el servicio y la atención al cliente, junto con los precios, promociones y servicios agregados al proyecto de emprendimiento planteado.

### **ANÁLISIS DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN**

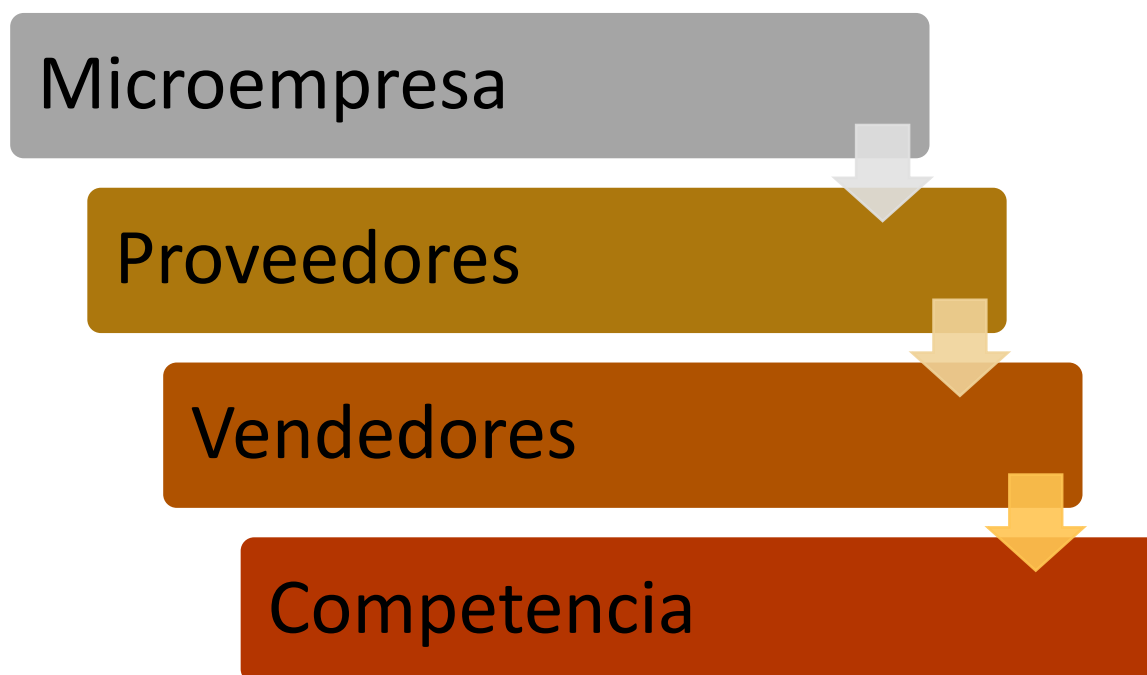
#### **4.18.1 Características del Mercado**

El mercado de la cafetería tiene un mercado cautivo y frecuente, valorado por aspectos específicos:

- ✓ Les gusta tomar café
- ✓ Les agrada los postres, sánduches y otros piqueos
- ✓ Prefieren las reuniones de amigos y familiares
- ✓ Un fin de semana implica la visita a un lugar que les brinde distracción

#### **4.18.2 Estructura de Mercado**

En el siguiente gráfico se evidencia la estructura del mercado de la cafetería “COFFEE PLAY TABLE”, cafetería con juegos de mesa.



*Figura 19 Estructura del mercado*

#### **4.18.3 Mercado Objetivo**

El mercado objetivo de la cafetería es:

- ✓ Hombre y Mujeres
- ✓ Edad: sin rango de edad
- ✓ Status: Por el costo de los productos: Medio típico y Medio Alto
- ✓ Característica del mercado: Que les guste el café y los piqueos

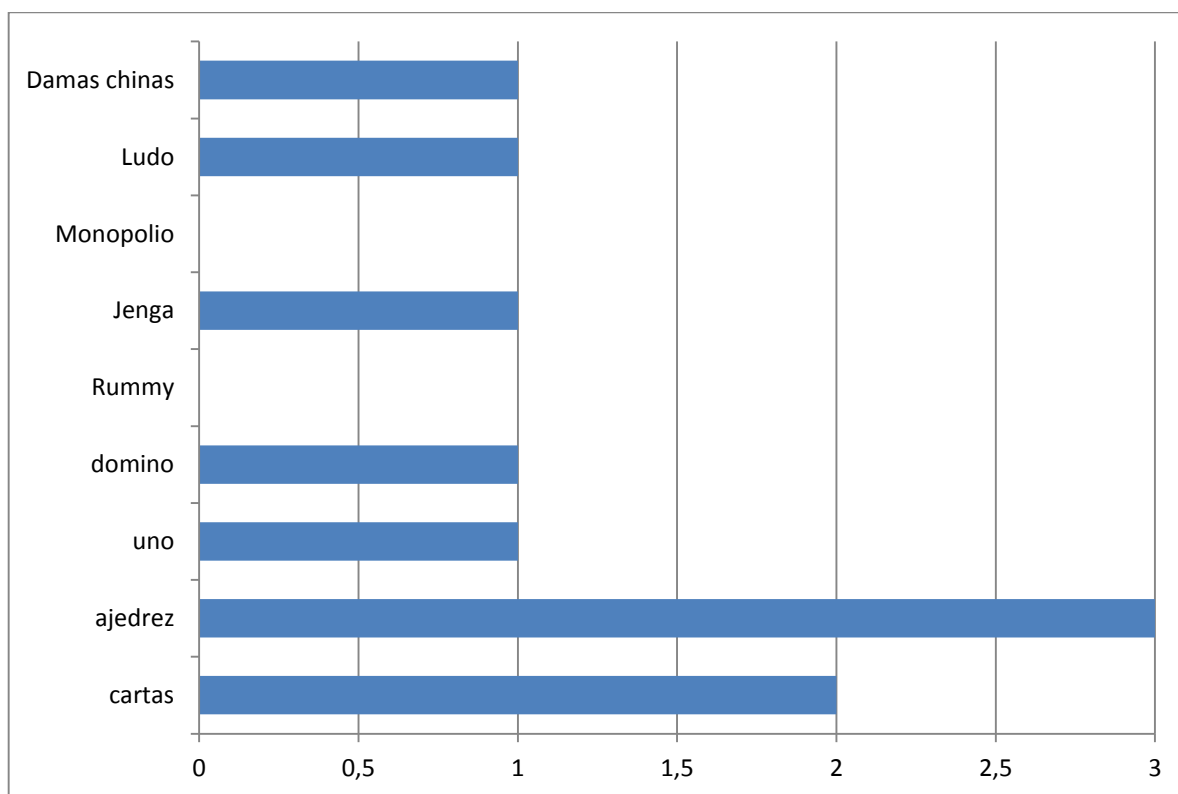
#### **4.18.4 Análisis de la demanda: Encuestas y Cuadros estadísticos**

Los siguientes cuadros y figuras justifican las preferencias de los clientes potenciales del proyecto objeto del estudio: cafetería con juegos de mesa

**14. ¿De los siguientes juegos de mesa indique cuál es su preferido? (indique solo uno)?**

**Tabla 21 Otras alternativas de Juegos de mesa preferidos**

cartas	ajedrez	uno	domino	Rummy	Jenga	Monopolio	Ludo	Damas chinas	Total
2	3	1	1	0	1	0	1	1	10



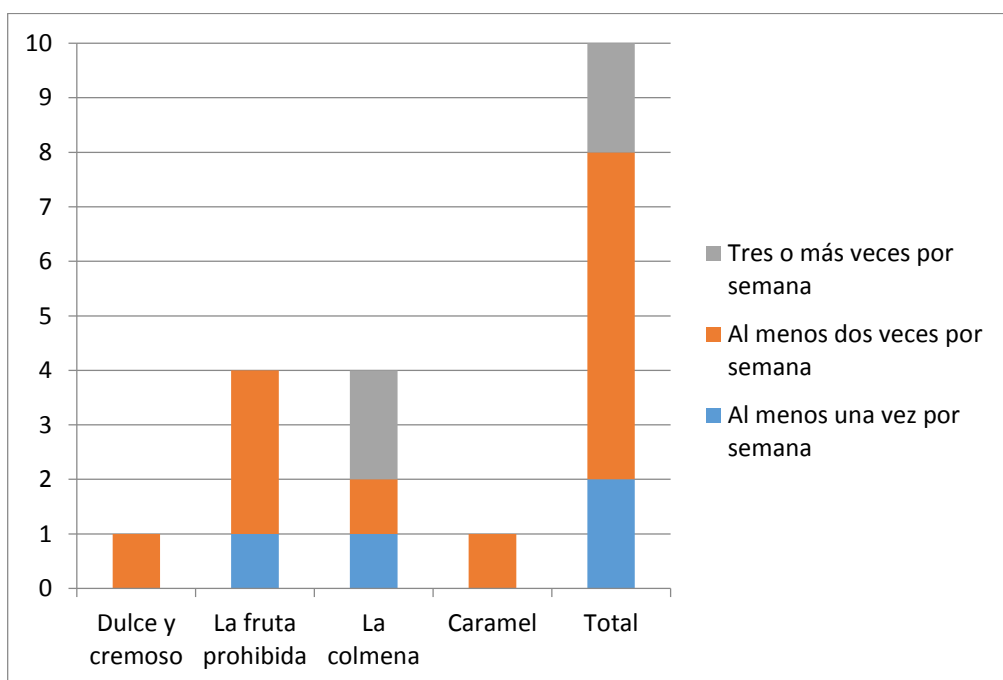
**Figura 20 Juegos de mesa preferidos**

En el siguiente cuadro se determinó preferencia hacia uno solo, la encuesta fue aplicada a jóvenes entre 18 y 25 años, a este grupo les agrada el juego de ajedrez, y las cartas. Por lo que se sugiere ponerlo como alternativa en la promoción del local.

**15. ¿De la siguiente lista de cafetería marque con una x la frecuencia con que visita el establecimiento?**

**Tabla 22 Frecuencia de visita en las cafeterías**

	Al menos una vez por semana	Al menos dos veces por semana	Tres o más veces por semana
Dulce y cremoso	0	1	0
La fruta prohibida	1	3	0
La colmena	1	1	2
Caramel	0	1	0
Total	2	6	2



**Figura 21 Visita a las cafeterías**

Se evidencia que las personas encuestadas para el presente proyecto de emprendimiento gustan de consumir café en cafeterías del lugar, reforzando la idea del desarrollo de la idea como fuente que genera la factibilidad del negocio. El grado de aceptación hacia las cafeterías evidencia que se puede aplicar el estudio de factibilidad del cafetería con el concepto de juegos de mesa, por la demanda existente.

#### **4.18.5 Estrategias de Precio**

Véase en Anexos

#### **4.18.6 Producto**

Proyecto de Emprendimiento e Innovación

Concepto: Cafetería con juegos de mesa

Nombre: “COFFEE PLAY TABLE”

##### **4.18.6.1 Logotipo**



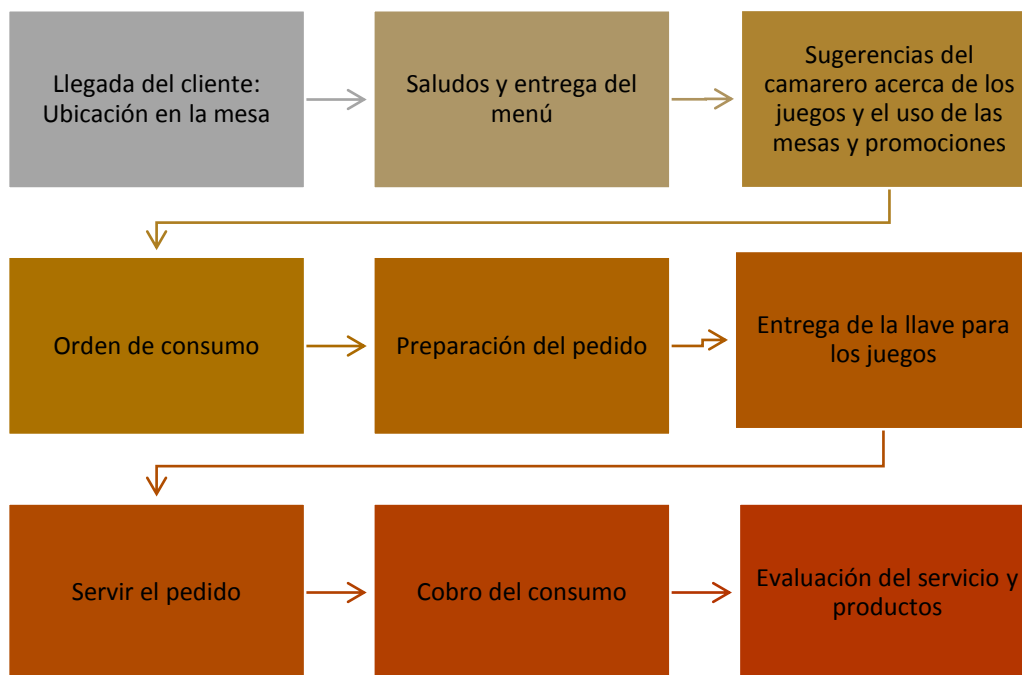
##### **4.18.6.2 Slogan**

El slogan es: “UN CAFÉ CON SABOR Y DIVERSIÓN HASTA EL FINAL”

##### **4.18.6.3 Descripción de servicio**

El servicio es fundamental en la cafetería: “COFFEE PLAY TABLE”, es parte de los valores empresariales y está en la estructura:

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-



**Figura 22 Servicio**

#### 4.18.6.4 Objetivo General

Desarrollar estrategias y tácticas de inserción al mercado de las cafeterías

**Juegos de mesa:** Las sugerencias de acuerdo a los resultados de la investigación son: ajedrez, dama china, el uno, jenga y naipes.

#### 4.18.6.5 Objetivos Específicos

Diseñar promociones y publicidad que refuercen el posicionamiento y fidelización del cliente

Promociones: Cupón de descuento 20% a quienes postean en alguna redes sociales, a fin de posicionar el producto online

Una tacita de café gratis o un sánduches por la compra de 20 dólares

Publicidad: Online página web y en todas las redes sociales

Toldos con el nombre del local

Hojas volantes que incluyan productos y precio, más la promoción del día

#### 4.18.6 Marketing Mix

#### 4.18.7 Producto

La cafetería “COFFEE PLAY TABLE” ofrece diferentes tipos de bebidas y de comidas como: café y sus variedades: mocachino, capuchino, malteadas, gaseosas, y comidas ensaladas, sánduches, tablitas, piqueos, postres etc. Los productos es uno de los puntos más importantes que ofrece la cafetería.

La división el local se da de acuerdo a la siguiente figura:



Fuente: Investigación

Elaborado por la autora

#### 4.18.7.1 Plaza



“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

En la ciudad de Portoviejo – Manabí, Av. América y calle García Moreno a una cuadra de la Av. Manabí, en plena zona rosa; la accesibilidad de los clientes es que cuenta con parqueadero propio para 8 vehículos, en sus alrededores se ubican locales comerciales como la Farmacias Fybeca, donde también cuenta con un parqueadero para 30 vehículos tanto para su negocios como para el alquiler por hora, de igual forma existen restaurantes de comida y demás negocios con parqueaderos rentables.

Debido a que es una zona de comercio también se encuentra a menos de una cuadra un parqueadero del municipio el cual es de tres pisos y su costo por hora es de 0,40 centavos.



*Fuente: Maps Google*

#### **4.18.7.2 Promoción**

Promoción 1: A la apertura de la cafetería de entregará unos cupones para un pequeño café gratis y libremente disfrutar de los juegos de mesa que ofrece el local.

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

Promoción 2: Posicionamiento y recordación de la marca: 1500 stickers para colocar en los autos con el logotipo de COFFE PLAY TABLE se obsequiara a los primeros clientes que nos visiten hasta agotar stock.

Promoción 3: Por el consumo de 30 dólares, Obsequio un sánduche, vigencia dos semanas.

Promoción Online 4: Redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter, las personas que se hagan fans de cualquier de estas redes sociales tendrán un 20%de Descuento en lo que consuman, sólo serán las tres primeras semanas.

#### **4.18.7.3 Precio**

Los precios estarán de acuerdo a la economía del cliente un mínimo de 3,50 hasta 6,00 dólares, todo de acuerdo a los que el cliente elige, si desea una picada, ensalada o lo que prefiera. La idea es un llegar a un mercado que sabe distinguir un buen lugar, con un valor agregado de calidad y juegos de mesa, diferente, con el deseo de pasarla bien sin importar lo que gasten al momento de consumir.

### **4.19 ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

#### **4.19.1 Constitución del Negocio: Identificación de participación societaria**

Con el propósito de fortalecer la estructura inicial de la empresa se identificaron tres socios para participar en la constitución y operación de la microempresa. Dos socios principales y Un socio minoritario:

- a) Salome Cordero: 45% (Autor de este proyecto y promotor principal del mismo)
- b) Miguel Márquez: 45% (10 años de experiencia en el ámbito comercial de gestión de microempresas)
- c) Rosa Rugel: 10% (Aporte de capital, con domicilio legal)

#### **4.19.2 Identificación del Nombre y proceso de Reserva:**

Para la identificación del nombre se consideró las formas lingüísticas de los habitantes de Portoviejo, que reconocen en un nombre escrito en inglés, en el caso de cafetería lo relacionan con las variedades, en función a la naturaleza comercial y su relación con los juegos de mesa como parte innovadora y complementaria, de esa manera nace el nombre de “COFFEE PLAY TABLE S.A.” como Razón Social de la nueva microempresa a constituirse en el lapso de un año aproximadamente.

Con el objetivo de cumplir con los requisitos legales ecuatorianos, se espera inscribir la reserva del nombre en la Superintendencia de Compañías. Contando que la reserva de denominación tiene 30 días de duración, se hará la integración de Cuenta de Capital para asegurar la titularidad del nombre reservado, además se realizará los trámites en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (**IEPI**), para regular la propiedad intelectual del nombre.

#### **4.19.3 Apertura de la Integración de Cuenta de Capital en una Institución Bancaria:**

Los socios cuentan con el tiempo y la decisión de poner en marcha la microempresa objeto del estudio, por lo que se aspira aperturar una cuenta corriente en el Banco del Pichincha a nombre de “COFFEE PLAY TABLE S.A.” S.A”. con el depósito inicial de \$3,000.00 como parte del capital social.

#### **4.19.6 Escrituras Públicas de Constitución**

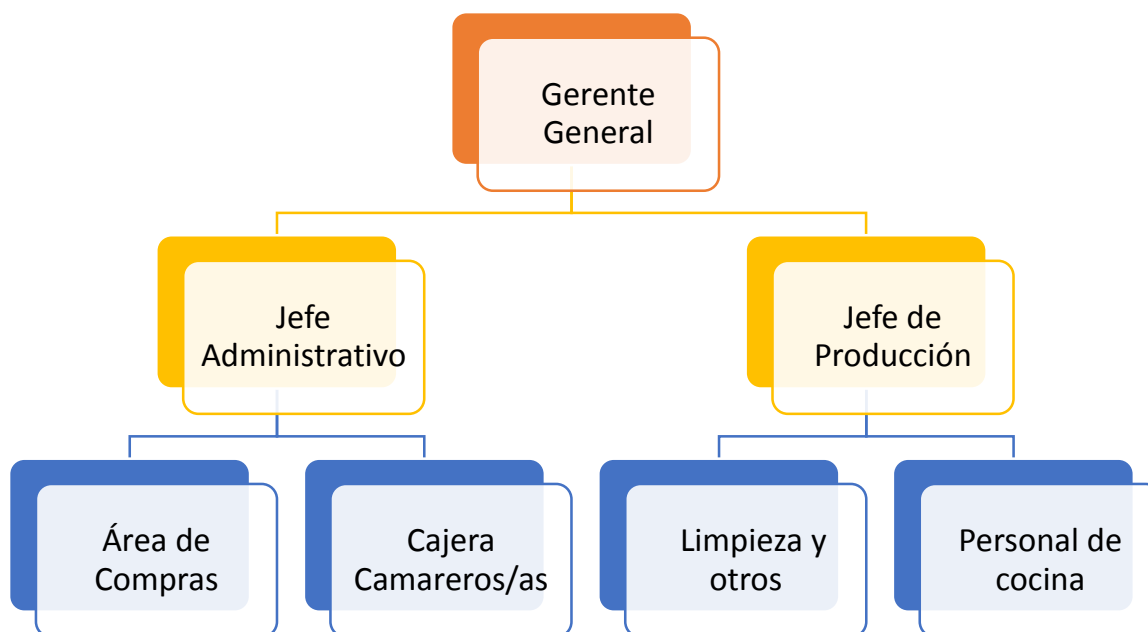
Se espera elevar la minuta a Escritura Pública en la Notaria #10 de la ciudad de Portoviejo.

#### **4.19.7 Inscripción de las Escrituras en la Superintendencia de Compañías**

El siguiente paso es presentar las Escrituras Públicas de Constitución a la Superintendencia de Compañía, para la revisión y aprobación. Se espera que la resolución sea favorable para la constitución legal de la microempresa.

#### 4.19.2 Organigrama de la Empresa

El organigrama sintetiza el orden organizacional de la Cafetería:



*Figura 23 Adaptación del Organigrama de la Empresa*

#### 4.19.3 Funciones

Gerente General:

- ✓ Lidera, dirige, planea, organiza, coordina, supervisa y controla la organización,
- ✓ Define la estrategia general de la microempresa
- ✓ Dirige las actividades de la cafetería
- ✓ Planea las operaciones de compra de los alimentos
- ✓ Compra los insumos

Jefe Administrativo

- ✓ Cumplir con el presupuesto de Ventas.

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

- ✓ Administrar los procesos productivos y administrativos,
- ✓ Gestionar los recursos y cumplir con los presupuestos de inversiones y gastos.
- ✓ Competir con productos de menor precio y calidad.
- ✓ Coordinar ventas

Coordinador de Ventas

- ✓ Apoyar y asesorar a los clientes en las compras de pedido a domicilio
- ✓ Aumentar la rentabilidad de los productos.
- ✓ Capacitar al personal en atención al cliente

Pastelería y Cafería

- ✓ Coordina las actividades de producción de acuerdo a las ventas
- ✓ Hace uso de llevar a cabo las normas de aseo

#### 4.19.4 Cadena de Valor y Operaciones

La cadena de valor está representada por las operaciones fundamentales de la microempresa, la siguiente figura refleja el proceso:

Actividades De Apoyo	Infraestructura de la Empresa: planificación, compras, contabilidad					
	Administración de Recursos Humanos: reclutamiento, selección, contratación, capacitación del personal					
	Desarrollo de tecnología: Aprovechar los adelantos tecnológicos en la máquinas de café					
	Compras: Gerente General					
	Logística de entrada: Compras insumos	de	Operaciones Recepción de toda la materia	Logística de Salida: Venta	Marketing y Promociones, publicidad	Servicios: Atención a domicilio.

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

	productos, almacenamiento y distribución de materia prima	prima para transformarla en el producto final de venta al público			Atención personalizada Garantía en la calidad, sabor y presentación del producto
Actividades Primarias					

**Figura 24 Adaptación Cadena de Valor**

**4.19.8 Diagrama de Resultados del Servicio**

Cada una de las operaciones se representara en el siguiente diagrama:



**Figura 25 Diagrama de servicio**

**4.19.9 Proyecto de Responsabilidad Social**

La Responsabilidad Social es la norma del negocio que procura brindar a los consumidores productos que benefician a la salud y un compromiso por desarrollar y vender productos bajo en sal y grasas saturadas.

#### 4.19.10 Cuidado del Medio Ambiente

En la planificación de Desarrollo Empresarial de “COFFEE PLAY TABLE”, se ha planificado un programa de reciclaje, en el diseño del local está considerado el espacio para las estaciones de reciclaje, además poner en marcha el programa de programa de facturación electrónica que evita el uso del papel y se aporta a que menos árboles sean cortados.

## CAPÍTULO V

### INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 5.1 Determinación de recursos

Las inversiones para el “Proyecto de emprendimiento para la creación de una cafetería temática “COFFEE PLAY TABLE” en la ciudad de Portoviejo, para el año 2016, incluye las activación del negocio con los gastos de administración y promoción, y otros gastos que se generarían en el proceso de implementación. El dinero de la inversión es parte de las aportaciones económica de los tres socios: 50% principal, 40% segundo socio, y 10% tercer socio.

**Tabla 23 Capital de trabajo**

Inversiones para el proyecto	Capital de trabajo	Fija
Plan de Negocios	\$ 30.000,00	
Activación de Promoción		\$6,000,00

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

Gastos Administrativos		\$ 20,000,00
Otros gastos		\$4,000,00
<i>Total</i>		\$ 30.000,00

Fuente: Investigación

Elaborado por la Autora

## 5.2 Plan de Negocio

Se detalla a continuación:

**Tabla 24 Plan de Negocio**

Característica	Concepto	Valor	Total en dólares
Gestión de Organización	Asesoría Legal y contable (socios)	-	-
	Permisos	160	\$160
	Notaria	50	\$50
	Factura	45	\$45
Local	Arriendo	\$350,00	\$350,00
Decoración	Decoración del local , incluye luces y mano de obra	\$600,00	\$600,00
Costos Fijos			
Luz	\$ 45,00		\$45,00
Agua	\$ 25,00		\$25,00
Teléfono	\$ 40,00		\$ 40,00
Internet	\$ 35,00		\$35,00
Administración (pago de roles y seguro social) inicialmente 3 personas	\$ 1.094,00		\$1.094,00
Gestión de publicidad y promoción			
Publicidad ATL	\$ 1.786,16		\$ 1.786,16
Diseño Página Web	\$ 280,00		\$ 280,00



“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

Publicidad BTL	\$ 1.540,00		\$ 1.540,00
Material P.O.P.	\$ 1.848,00		\$ 1.848,00
Relaciones Públicas	\$ 448,00		\$ 448,00
Promoción	\$ 3.936,00		\$ 3.936,00
<b>Total</b>			<b>\$ 12.282 ,00</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora

**Tabla 25 Capital de trabajo**

Característica	Valor	Cantidad	Total en dólares
cafetera	\$ 3.000,00	1	\$ 3.000,00
mesas	\$ 20,00	20	\$ 400,00
sillas	\$ 5,00	30	\$150,00
juegos de mesa	\$ 6,00	60	\$ 360,00
Cubiertos	\$ 6,00	20	\$ 120,00
Platos	\$ 6,00	20	\$ 120,00
Tazas	\$ 0,80	60	\$ 48,00
Refrigeradora	\$ 2.000,00	1	\$ 2.000,00
Vitrinas	\$ 100,00	2	\$ 200,00
cocina	\$ 800,00	1	\$ 800,00
utensilios de cocina	\$3,00	20	\$ 6, 00
Licadoras	\$ 120,00	2	\$ 240,00
caja registradora	\$ 500,00	1	\$ 500,00
Escritorio	\$250,00	1	\$ 250,00
esféros,lápices,hojas	\$150,00		\$ 150,00
Equipos de computación	\$5.000,00		\$5.000,00
Otros gastos	\$ 300, 00		\$ 300,00
<b>Total</b>	<b>\$ 4.966,80</b>		<b>\$11.632,00</b>

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora

**Tabla Ingreso Proyectado en Ventas con y sin Promoción**

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

Datos relacionados con las experiencias en ventas de otra cafetería que vende en forma mensual del año 2014, y el nivel de crecimiento hasta el primer semestre del 2015. En el plan se lo toma como referente para aplicar las promociones y la novedad del concepto innovador de la cafetería con juegos de mesa

**Tabla 26 Ingreso Proyectado**

<b>MESES</b>	<b>VTA. PROYECTADA SIN PROMOCIÓN</b>	<b>VTA. PROYECTADA CON PROMOCIÓN</b>	<b>INCREMENTO EN VTAS.</b>	<b>Incremento</b>
OCT.	\$ 2.312,00	\$2.890,00	\$ 578,00	25%
NOV.	\$ 3.800,00	\$ 4.750,00	\$ 950,00	
DIC.	\$ 4.208,31	\$ 5.260,00	\$ 1.052,00	
<b>TOTAL</b>	\$10.320,31	\$ 12.900,0	2.580,00	

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora

**Tabla 27 Resumen de gastos operativos**

<b>Característica</b>	<b>Capital</b>	<b>Egresos</b>	<b>Total</b>
Capital de Negocio	\$ 30.000,00		\$ 30.000,00
Gastos de Operación		\$ 12.282 ,00	
Inversión Inicial en enseres		\$11.632,00	
<b>Total</b>	\$ 30.000,00	\$23.914,00	\$6.086,00

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora

### 5.3 Estados de Resultados Proyectado a 5 años (Nivel de crecimiento del plan de negocios) 5% anual

En análisis proyectado no consta la participación del 15% de los empleados, a utilidad antes del pago de los impuestos (RISE).

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

**Tabla 28 Estado de Resultado**

Estado de Resultados	0	1	2	3	4	5
Gastos antes de la Operación	\$ 12.282 ,00					
Inversión Inicial	\$11.632,00					
INGRESO POR VENTAS	25% anual	23.220,00	29.025,00	36.281,21	45.351,00	56.689,42
COSTO DE PRODUCCION	5% anual	12.282,00	12.896,00	13.540,00	14.217,00	14.927,00
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		10.938,00	16.129,00	22.741,21	31.134,00	41.762,42
COSTOS DE PROMOCIÓN	10%	3.838,00	4.221,80	4.643,98	5.108,37	5.619,10
<b>UTILIDAD NETA</b>		7.1000,00	11.907,20	18.097,23	26.025,63	36.143,32

Fuente: Investigación

Elaborado por la autora

#### 5.4 Punto de Equilibrio (Meta de utilidad)

El ingreso en ventas mínimo adicional que se debería obtener para no ganar ni perder es de \$ 11.793,16. El cálculo para el punto de equilibrio se detalla a continuación:

$$Punto\ de\ Equilibrio = \frac{Costos\ Fijos}{1 - \frac{Costos\ Variables}{Ventas\ Totales}}$$

#### 5.5 Resultados Anuales del punto de equilibrio

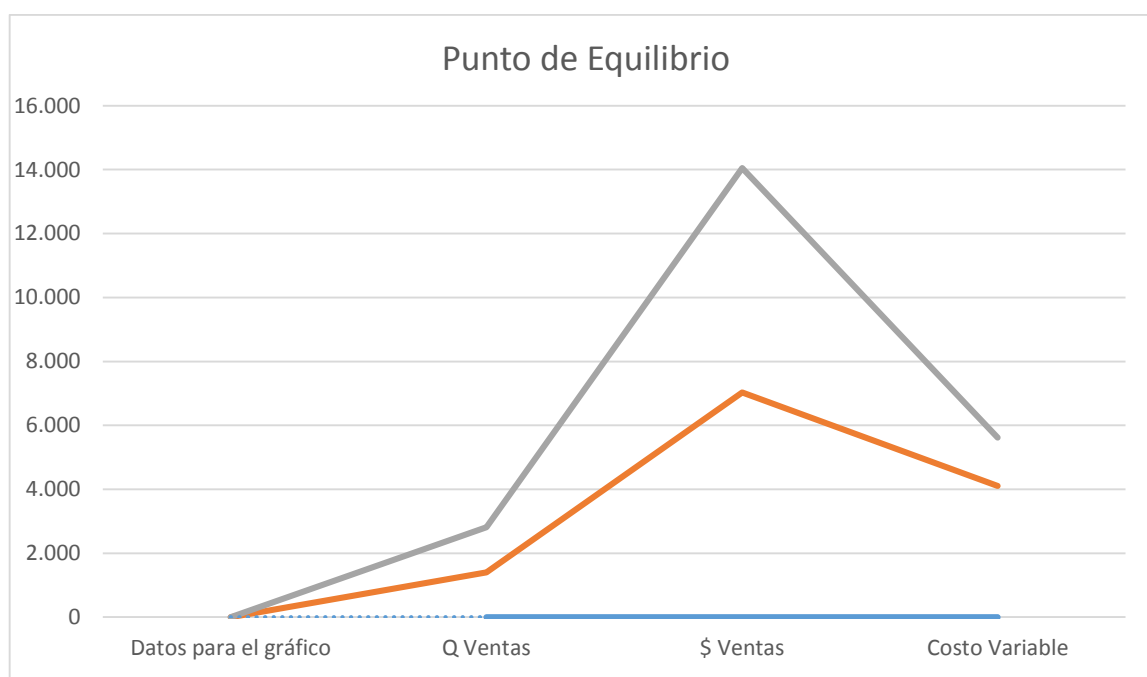
**Tabla 29 Punto de Equilibrio**

Datos para el gráfico		PERDIDA	P.E.	UTILIDAD
Q Ventas	0	1.405	2.810	4.215
\$ Ventas	0	7.025	14.050	21.075

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

Costo Variable	0	4.101	5.620	8.430
Costo Fijo	8.430	8.430	8.430	8.430
Costo Total	8.430	12.531	<b>14.050</b>	16.860
Beneficio	8.430	-5.506	<b>0</b>	4.215
Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 2.810 unidades mes				

Fuente: Investigación Elaborado por la autora



**Figura 26 Punto de Equilibrio**

### Conclusiones

Cada una de las conclusiones se realizó de acuerdo a los objetivos de la investigación:

La propuesta de emprendimiento según la investigación realizada, el flujo de caja proyectado y el punto de equilibrio dio como resultado la viabilidad del proyecto estableciendo que la ciudad de Portoviejo no cuenta con una cafetería que integre en su concepto de diversión juegos de mesa y que oferten varios sabores de café acompañados de postres de dulce y sal, jugos naturales, y leche en varios sabores: chocolate, frutilla, vainilla, entre otros. Así mismo se concluyó que el estudio identificó los gustos y preferencias

de los clientes potenciales, estableciendo los horarios de atención, los días preferidos, los productos que buscan encontrar, cada uno de estos resultados permitió diseñar las estrategias promocionales para dar a conocer los servicios y productos que vendería el negocio.

En el resultado de la ingeniería el estado proyectado indicó la factibilidad del negocio, tomando en consideración la implementación de las diversas estrategias de comunicación, la divulgación de los servicios y productos de la cafería temática. Además las proyecciones de la relación costo/beneficio determinaron las entradas económicas esperadas y la inversión neta, generando la viabilidad de la propuesta.

La estructura organizacional de la empresa se diseñó de acuerdo al contenido incluyó misión, visión, valores corporativos, cultura empresarial, unidades estrategias de negocio, los factores claves de éxito, e incluso los objetivos general y específicos del estudio, con el análisis interno que determinó la ubicación, servicios, clientes, competencia, en la parte del macro entorno se realizó un análisis Político, Económico, Social, Tecnológico (PEST), la parte legal de la investigación se sustentó en los permisos y certificaciones de funcionamiento. El resultado se estructuró en base a los datos de la investigación, del desarrollo organizacional, y las gestiones financieras operativas que hacen viable el proyecto. Se diseñó, el logotipo y slogan, la descripción del servicio, y un análisis aplicando el marketing mix (producto, plaza, promoción, precio), de la misma manera se tomó la decisión de integrar el proyecto de Responsabilidad Social y Cuidado al Medio Ambiente.

### **Recomendaciones**

El PLAN DE NEGOCIOS “COFFEE PLAY TABLE” tiene las características necesaria para realizarlo.

El desarrollo de un plan de acción es lo ideal para hacer realidad el proyecto, implementando el diseño de la campaña publicitaria – comunicacional, las estrategias de

promoción de ventas para atraer a los clientes reales, y potenciales, las relaciones públicas y mercadeo directo son herramientas que dan los lineamientos específicos hacia el grupo objetivo que va a consumir los productos de la cafetería “COFFEE PLAY TABLE”

Es un proyecto de emprendimiento innovador que tiene las ventajas para ser ejecutado con éxito, se sugiere toman en consideración el análisis de mercado antes de aplicar estrategias publicitarias y de promoción propuestos en la campaña, la finalidad es comunicar, informar a los consumidores reales y potenciales los valores superiores: Juegos de mesa, variedad de presentaciones y tipos de café, piqueos dulce y sal.

Se sugiere el mercadeo directo, y el uso de la comunicación online como la estrategia que genera la migración de clientes a comunidades enlazadas en las redes sociales como Facebook. Instagram, whatsapp, twitter, entre otras, que en determinado momento pueden convertirse de clientes potenciales a clientes reales.

Aprovechar el concepto novedoso, Cafetería con juegos de mesa, para insertar al grupo objetivo hacia la fidelización de la cafetería, y el posicionamiento por el grado de satisfacción en el servicio y la calidad de los productos recibidos, el boca a boca se considera la mejor publicidad que genera demanda continua.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

- Agueda, E. & García, J. (2008). *Principios del Marketing*. Madrid, España: ESIC Editorial 13ª Edición.
- Ansorena, D. (2005). 15 Pasos para la selección de personal. Paidós. México
- Anzola, Servulo. (2012). Administración de pequeñas empresas (Vol. 2). México: McGraw-Hill.
- Barrón, R. (1996). *Marketing Estratégico*. Lima, Perú: Herrera Editores.
- Boada, A. y Mayorca, R. (2011). Planificación de demanda, en empresas con estilo de venta por catálogo en Colombia. *Revista Lasallist de Investigación*, 8(2) Recuperado de

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

- [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1794-44492011000200014&lang=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-44492011000200014&lang=es)
- Constitución Política de la República del Ecuador (2008). Montecristi - Ecuador
- Chiavenato. (2004). Introducción a la teoría de la Administración Interamericana. McGraw-Hill.
- Chiavenato.H. (2010). Introducción de la Teoría General de la Administración (Vol. 7). México: McGraw-Hill.
- Chruden y Sherman. (2012). Administración de Personal. México.
- Dante, P. (2010). Gestión de Información en las Organizaciones (Vol. 3). México: McGraw-Hill.
- Charles, W. Lamb. & Carl, McDaniel. (2006). *Fundamentos de Marketing*.
- Chong, J. (2007). *Promoción de Ventas*. Buenos Aires. 1ª Edición: Ediciones Granica S.A.
- INEC. Recuperado el 11 de febrero del 2014 de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-en-cifras/>
- Kotler, P. (2003). Fundamentos de Marketing. 6ª edición. México: Pearson Educación.
- Kotler, P. (2005). *Dirección de Mercadotecnia*. 8º Edición. Madrid: Prentice Hall
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2006). *Fundamentos de Marketing*. 6ta. Ed. Madrid: Prentice Hall.
- Kotler, P. & Lane, K. (2006). *Dirección de Marketing*. 12ª Edición. México: Pearson Educación, Prentice Hall.
- León, G. & Lazar, K. (2005). *Comportamiento del Consumidor*. 8ª Edición: Pearson Prentice Hall.
- Luque, A. (Abril, 2012). *Posicionamiento de mercado*. Red de autores. Recuperado de <http://www.reddeautores.com/etiqueta/posicionamiento/>
- Manuera, J. & Rodríguez, A. (2007). *Estrategias de Marketing Un Enfoque Basado en el Proceso de Dirección*. Madrid: Editorial ESIC.
- Robbins, S, P. Coulter, M (2005) Administración. México. 8ª Edición: PERASON EDUCACIÓN.
- Paz, R. (2007) Atención al Cliente. España. 1ª Edición. Editorial Ideas propias.
- Porter, M. (2007). *Competitive Strategy*. Executive Educación.

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

- Sainz de Vicuña (2012) *El plan de marketing estratégico*.- España.- ESIC Editorial
- Sheth, J. N. & Gardner, D. M. (1982). History of marketing thought: An update. In Bush, R. & D.S. Hunt (editors): *Marketing theory: philosophy of science perspectives*. Chicago: A.M.A.
- Soriano, A. (2011). *Marketing de la Calle*. México DF: Editorial McGraw-Hill.
- Stanton, Etzel & Walker, *Fundamentos de marketing*, (2012)13a Edición.

## Anexo A

### ENCUESTA

1. Sexo: Masculino \_\_\_ Femenino \_\_\_
2. Edad: Mayores de 18 años hasta 24 \_\_\_\_\_  
Más de 24 \_\_\_\_\_ menos de 35  
Más de 35 \_\_\_\_\_ menos de 45  
Más de 45 \_\_\_\_\_ menos de 60 años  
Más de 61 años \_\_\_\_\_
3. ¿Usted toma café? Sí \_\_\_ No\_\_\_
4. ¿Cuántas veces al día? Una\_\_\_ dos a tres veces\_\_\_  
Más de tres veces\_\_\_\_\_



“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

5. ¿Dónde lo consume? En casa\_\_\_\_\_ En la oficina \_\_\_\_\_  
En restaurant\_\_\_\_ En cafetería\_\_\_\_\_
6. ¿Le gusta acompañar un café con? Piqueos\_\_\_\_\_ sánduches\_\_\_\_\_  
Galletas \_\_\_\_\_ postres\_\_\_\_ pizza\_\_\_ ensaladas\_\_\_ otros\_\_\_\_\_
7. ¿Qué tipo de café prefiere? Mocachino\_\_\_\_\_ expreso\_\_\_\_ Capuchino\_\_\_ filtrado  
\_\_\_\_\_
8. ¿En qué horario? Mañana\_\_\_\_\_ Tarde\_\_\_\_\_ Media Tarde\_\_\_ Noche\_\_\_
9. ¿Día de la semana que prefiere? Lunes a jueves\_\_\_ Viernes \_\_\_ fin de semana\_\_\_\_\_
10. ¿Aparte del café que otras bebidas le gustaría encontrar? Jugos naturales\_\_\_\_\_  
jugos artificiales\_\_\_\_\_ colas\_\_\_\_\_ leche\_\_\_ yogurt\_\_\_
11. ¿De los juegos de meses cual le gusta? Naipe\_\_\_ Ajedrez \_\_\_ Uno\_\_\_  
Jenga\_\_\_\_\_ Dama China\_\_\_\_\_ otros \_\_\_
12. ¿Con quién va a una cafetería? Solo \_\_\_ Amigos\_\_\_ familiares\_\_\_ otros\_\_\_\_\_
13. Le gustaría encontrar área separada para la lectura Si \_\_\_\_\_ No\_\_\_ -

## Anexo B

Sánduche Camping



batido mora



Sánduche Toci



Sánduche fish potato

Picada Coffee play table

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-



Mocachino



Fruticrema



Capuchino



Coffee express



Shake choco



**Anexo C**

**COFFEE PLAY TABLE**

<b>PRODUCTOS</b>	<b>PVP</b>
Café Espresso	2,00
Capuchino	2,50
Mocachino	2,80
Sánduche fish potato	3,80
Sánduche champing	4,80
Sánduche Toci	5,00

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

Picada Table	6,00
--------------	------

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-

“Proyecto de Emprendimiento para la creación de una Cafetería Temática “Coffee Play Table”  
-En La Ciudad de Portoviejo-